دراسات في الإعلام

الرأي العام في الواقع الافتراضي

وقوة التعبئة الافتراضية

د. محمد مصطفى رفعت



الرأي العام في الواقع الافتراضي
وقوة التعبئة الافتراضية

د. محمد مصطفى رفعت

الطبعة الأولى: سبتمبر 2018
رقم الإيداع: 8999 /2018
الترقيم الدولي: 9789773194000

الغلاف: عصـــــام آميـن



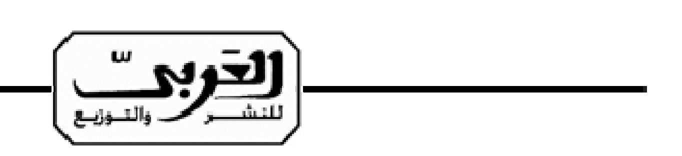
60 شارع القصرالعيني – 11451 – القاهرة
ت: 27921943 – 27954529 فاكس:27947566
www.alarabipublishing.com.eg

بطاقة فهرسة
رفعت، محمد مصطفى
الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية/ محمد مصطفى رفعت، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2017 – ص؛سم تدمك: 9789773193 4000
1- شبكات التواصل الاجتماعى
2- الرأى العام
أ- العنوان 302.3

الرأي العام في الواقع الافتراضي

وقوة التعبئة الافتراضية

د. محمد مصطفى رفعت



مقدمة

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية فى ظهور تطبيقات الجيل الثانى للويب والتى من أهمها مواقع الشبكات الإجتماعية Social Network Websites وشبكات التدوين المصغر Micro Blogging والمدونات Weblogs وغيرها من التطبيقات المختلفة، وتشير الإحصائيات الأخيرة لعام 2017 في موقع أليكسا Alexa لترتيب مواقع الانترنت الى وجود عدة شبكات أجتماعية تأتى فى مقدمة تفضيلات المستخدم وهى بالترتيب موقع الفيس بوك Facebook، موقع يوتيوب Youtubeوموقع تويتر Twitter وموقع ماى سبيس Myspace وموقع لينكد إن Linkedin وموقع جوجل بلس Google Plus، وتتميز هذه الشبكات بعنصر الثراء فى التفاعلية والمعلوماتية Informatics &Interactivity Richness، وكسر الحواجز المكانية وتعدد الاستخدامات وسهولة الاستخدام Usability.

وأتاحت هذه الشبكات لمستخدميها مجالا عاما أفتراضيا Virtual Public Sphere يمكن من خلاله التعبير عن آرائهم المختلفة والتعليق على الشأن العام وممارسة الديمقراطية الافتراضية و المواطنة النشطة أو الفاعلة Active Citizenship من خلال هذا المجال الاجتماعى Social Domain الذى ينخرط فيه المشاركون لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة على الساحة. ويرحب هذا المجال بكل الأفكار والآراء والأيديولوجيات المختلفة من خلال الشمول أو التضمين العام Inclusion Universal فكل المستخدمين لديهم فرص متساوية فى المشاركة والتحاور وإنتاج المحتوى User Generated Content.

وكان لهذه الشبكات دورا مهما فى إشعال ثورات الربيع العربى عامة وثورة 25 يناير المصرية خاصة، حيث بدأت هذه الثورة كمجرد حراك أفتراضي Virtual Mobility تحول الى ثورة واقعية، جاءت من خلال ظهور المجموعات الإلكترونية عبر موقع الفيس بوك والصفحات المطالبة بالتغيير والثورة والإحتجاج على تردى الأوضاع، ثم تصاعدت وتيرة غضب المزاج العام الإلكتروني Public Mood Online للمستخدمين، ثم التعبير عن هذه الحالة عبر رأى عام ألكترونى Online Public Opinion ناقد للواقع السياسى والاجتماعى، ثم بدأت الدعوات للتظاهرات من خلال الحشد والتعبئة الإفتراضية Virtual

Mobilization التى تترجمت الى مشاركات حقيقية فى التظاهرات التى كسرت جدار الصمت، وتفاقمت المطالب حتى تم عزل الرئيس الأسبق.

ومن هنا يمكننا القول أن الرأى العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية ظاهرة بحثية جديدة لها سماتها الخاصة، ويمكن تعريفه بأنه "آراء المستخدمين المشاركين المتفاعلين عبر الساحات الإفتراضية بالانترنت في زمن محدد تجاه قضية جدلية أو موضوع معين".

ومن هذا التعريف السابق يمكن إستنتاج أبعاد وأركان جديدة لظاهرة الرأى العام عبر الانترنت وهى:

1- المجتمع الافتراضي Virtual Society(المستخدمين/ المستخدم النشط).

2- القضية الجدلية (موضوع معين يهم المستخدمين).

3- المناقشة الحرة و الحوار بين المستخدمين(التفاعلية Interactivity).

4- التقنية الإلكترونية.

5- الزمن المحدد.

وتتعدد صور وأشكال التعبير عن الرأى العام الإلكتروني ومن أهمها:

1- المجموعات والصفحات الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية.

2- مساحات التعليقات على المحتوى (كالتعليق على الفيديوهات أو الصفحات والمواقع الإخبارية).

3- اللجان الإلكترونية أو جماعات الضغط السياسية الناشطة إلكترونيًا Political Lobbies.

4- العرائض الإلكترونية Online Petitions.

5- الإستفتاءات والأسئلة الإستطلاعية عبر الانترنت Online Polls.

6- الرموز والشعارات والصور والفيديوهات(الوسائط المتعددة).

7- الاحتجاجات الإلكترونية بمختلف انواعها (دعم المقاطعة – الدعوة لإضراب - تنظيم وقفات أحتجاجية – الحشد لثورات – الحث على الانتفاضات – التظاهرات الإلكترونية – دعوات العصيان المدني Civil Disobedience وغيره...).

8- الحركات الشعبية الناشطة الكترونيا Popular Movements.

ويرتبط مفهوم الرأى العام الإلكتروني بمفاهيم ذات صلة مثل مفهوم المواطنة النشطة Active Citizenship، ومفهوم المعارضة الإلكترونية E-Opposition بكل أشكالها، ومفهوم الديمقراطية الافتراضية Virtual Democracy، ومفهوم الإنغماس السياسى الافتراضى Virtual Political Involvement، ومفهوم التنوع الإعلامىMedia Diversity ومفهوم المزاج العام الإلكتروني Online Public Mood، ومفهوم التعبئة الافتراضية Virtual Mobilization وغيرها من المفاهيم الآخرى.

ومن خلال هذا الكتاب يتعرض الكاتب الى مفهوم الرأى العام عبر الواقع الافتراضي (الرأى العام الإلكتروني) وايضا للمفاهيم ذات الصلة به، مع تحديد العوامل المؤثرة فى تشكيله، والتطرق الى تقسيماته ووظائفه وأدواته ومظاهره، ويقدم الكتاب فى نهايته أول نموذج عربي أسسه الباحث وفقا لدراسة تطبيقية أجراها عام 2017[1](*). وحصل من خلالها على الدكتوراه فى الإعلام من كلية الإعلام جامعة القاهرة لتوضيح عملية تشكيل الرأى العام الإلكتروني وأهم العوامل المؤثرة فيه.

*- محمد مصطفى رفعت محرم (2017) اتجاهات الرأى العام الالكتروني لمستخدمى الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان.

الفصل الاول

مواقع الشبكات الإجتماعية

- **أولاً:** نشأة مواقع الشبكات الإجتماعية
- **ثانيًا:** مفهوم الشبكات الاجتماعية
- **ثالثًا:** التطبيقات البرمجية لمواقع الشبكات الاجتماعية
- **رابعًا:** تقسيمات الشبكات الاجتماعية
- **خامسًا:** خصائص الشبكات الاجتماعية
- **سادسًا:** سلبيات وايجابيات الشبكات الاجتماعية
- **سابعًا:** أهم استخدامات الشبكات الاجتماعية
- **ثامنًا:** أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية
- **تاسعًا:** أهم المداخل والأطر النظرية فى دراسات الشبكات الاجتماعية
- **عاشراً:** أهم الأطر المنهجية فى دراسات الشبكات الاجتماعية

تمهيد:

أصبحت تقنيات الاتصال ونقل المعلومات رافداً أساسياً وركناً مهماً في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، في ظل التحولات والتطورات المعرفية في هذا العصر. فمن المعلوم أن العصور تطورت من خلال طفرات، الأولى منها الزراعية، ثم الصناعية، والآن المعلوماتية، أو ما تتصف بعصر المجتمع ما بعد الصناعي "The Post Industrial Society"[1]، حيث شهدت المجتمعات الإنسانية خلال العقد الأخير من القرن الماضي، تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما ساهمت في تسهيل إمكانية التواصل الإنساني والحضاري، ولعل أهمها يتمثل في شبكة المعلومات العالمية "الانترنت" التي تعد أبرز الإنجازات البشرية في عصر المعلوماتية[2].

ومع تنامى اعتماد الأفراد على الانترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من التصفح للبريد الإلكتروني ثم المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفـورية والمدونات حتى ظهرت الشبكات الإجتماعية مثل الفيس بوك وماى سبيس واليوتيوب وتويتر وهاى فايف وغيرها.

وقد وفرت هذه الشبكات للمستخدمين بيئة تفاعلية افتراضية Virtual Interactive Environment، واحتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب خاصة ومختلف الفئات العمرية عامة، دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية حيث اصبح بمقدور الفرد لا ان يتبادل فقط بل ويشارك ويشكل بيئة وبنية الآخرين بنفسه، وهو ما يعد أقصى حالات المشاركة الاتصالية والاجتماعية ليمتزج الاتصال الذاتى والشخصى والجمعى والجماهيرى فى بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد[3].

1- Charles Ess.,& Fay Sudweek, F. (2005) Culture and Computer Mediated Communication: Toward New Understandings, Journal of Computer Mediated Communication, 11 (1), article 9. p 401.
2-Gross, E.F. (2004), Adolescent Internet Use: What we expect, What teens report, Journal of Applied Development Psychology, 25 (6), p. 633.
3-Leman Tosun (July 2012) Motives for Facebook use and expressing “true self” on the Internet, Human Behavior - Volume 28, Issue, pp 114-115.

وتسهل مواقع الشبكات الإجتماعية عبر صفحات الويب التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين فيها وتهدف إلى توفير مختلف وسائل التفاعل مثل المراسلة التزامنية والغير تزامنية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الإجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنًا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة، كما تعمل على تسهيل الحياه الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل[1].

ولقد شكلت هذه المواقع تطوراً كبيراً ليس فقط فى تاريخ الإعلام وإنما فى حياة الأفراد على المستوى الشخصى والاجتماعى بعد أن تلاشت الحدود والفوارق، فمنذ بضع سنوات كان الإعلام مخصصاً للنخبة والإعلاميين ليقولوا ما يريدون للجمهور والذى كان بوسعه المشاركة عبر الهاتف أو بالحضور للاستديو لمن يستطيع فهم الإعلام البديل Alternative Media ليفتح أبوابه للجميع ليكتبوا أو يراسلوا ما يريدوه فى ديمقراطية إعلامية وبيئة اتصالية مفتوحة استطاعت أن تشكل فى بعض الأحيان جماعات ضغط دينية كما فى حملة مقاطعة المنتجات الدنماركية بعد قضية الرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم، أو سياسية كما فى حالة مناصرة غزة أو سياسية داخلية يسود فيها الرأى والرأى الآخر كما هو الحال فى الموقع الذى أنشأته فتاة مصرية على الفيس بوك تدعو لإضراب 6 أبريل 2006 وشارك فيها 71 ألف شخص وهو عدد من الصعب أن تستوعبه أى وسيلة إعلامية أخرى[2].

وتعرف هذه الشبكات لدى علماء الاجتماع باسم (المكان الثالث) أي المكان الذي يلجأ إليه الإنسان بعد مكانه الأول (البيت) ومكانه الثاني (العمل أو المدرسة او الجامعة)، حيث أصبح واضحاً أن المكان الثالث أصبح مكاناً إليكترونياً بامتياز[3].

1-Yum, Y.O. and Hara, R. (2005), Computer Mediated Relationship Development: A Cross Cultural Comparison, Journal of Computer Mediated Communication, 11 (1), Article9.pp201-202.

2- أشرف جلال حسن (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية دراسة تشخيصية مقارنة علي الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل، المؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر15-17 فبراير، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ص 479.

3- تحسين منصور رشيد (14-15 أبريل 2012) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني دارسة مقارنة في النوع الاجتماعي، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للاعلام والاتصال "الاعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية" جامعة الملك سعود- الرياض، ص ص 3-4.

ويعرفها كابلان بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبرى لجمع اكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بإحدى الاشتراكات الفكرية أو غيرها، وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات[1].

أولاً: نشأة مواقع الشبكات الإجتماعية:

بدأ إطلاق هذه المواقع فى منتصف التسعينيات ووصل عددها بنهاية عام 2006 الى 37 موقعاً[2]، وعند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب 1.0، والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للويب web 2.0، وتجدر الإشارة الى أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية قد ظهرت خلال المرحلة الثانية[3]. **والجدول التالى يوضح الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0**[4]:

جدول (1) الفرق بين الويب 1.0 والويب 2.0

الخصائص	الويب 1.0	الويب 2.0
نمط الإستخدام	قراءة	مساهمات وكتابة وقراءة ورفع الملفات وتحميلها
وحدة المحتوى	الصفحة	الصفحات– المجموعات– المدونات– التعليقات
الحالة	ثابت (استاتيكى) أو متغير بعض الشئ.	متغير ويتم التحديث لحظيا (ديناميكى)
الاطلاع على المحتوى	عبر المتصفح	عبر المتصفح–والاجهزة المحمولة- وقارئ الـ Rss
إنتاج المحتوى	من خلال القائمين على على الموقع	من خلال أى شخص

ويمكن استعراض المرحلتين الرئيسيتين لتطور مواقع الشبكات الاجتماعية على النحو التالي:

1- Kaplan, A. and Michael, H., (2010). Users of the World Unite, The Challenges and Opportunities of Social Media , Business Horizons, vol. (53) no. (1) pp59-60.

2- أشرف جلال حسن، مرجع سابق، ص ص 476، 477.

3- Newsom, Victoria. & Lengel, Lara. (2012) "Social Media for Social Change in the Middle East and North Africa: Women's Use of Social Media to Enhance Civil Society and Facilitate Social Change in the MENA" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Washington, Online <http://allacademic.com/meta/p556222_index.htm

4- Graham Cormode and Balachander Krishnamurthy (2008) Key Differences between Web1.0 and Web2.0Online: http://www2.research.att.com/~bala/papers/web1v2.pdf

المرحلة الأولي:

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web 1 وتشهد هذه المرحلة علي البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة هي شبكة موقع Sixdegrees.Com وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم ولمحاتهم العامة وإدراج أصدقائهم وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1997، واخفق هذا الموقع عام 2000.

ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع Classmates.Com ذلك الموقع الذي ظهر في 1995 وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع Live Journal وموقع Cyworld وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الإعمال لتسهيل التعاملات التجارية والمهنية.

وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة، وعلي الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا علي مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية:

يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، وتسمى بالموجة الثانية للويب web2 والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكات الاجتماعية.

ويمكن التأريخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع My Space، وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية علي الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت علي مستوي العالم.

والجدول التالى يوضح أشهر الشبكات الاجتماعية وتواريخ تدشينها وترتيبها عالميا وتعداد مستخدميها لعام 2014.

م	اسم الموقع	العنوان (URL)	التوصيف	تاريخ التدشين	عدد المستخدمين فى 2014	ترتيب الموقع على أليكسا
1	فيس بوك	www.facebook.com	شبكة تواصل إجتماعي	فبراير 2004	1.28 مليار	2
2	يوتيوب	www.youtube.com	شبكة تشارك ملفات الفيديو	فبراير 2005	مليار	3
3	جوجل بلس	https://plus.google.com	شبكة تواصل إجتماعي	يونيو 2011	90 مليون	لايوجد ترتيب
4	تويتر	https://twitter.com	شبكة تدوين مصغر	يوليو 2006	255 مليون	8
5	ماى سبيس	https://myspace.com	شبكة تواصل اجتماعي	أغسطس 2003	36 مليون	1302
6	ديليشيز	https://delicious.com	شبكة مفضلات إجتماعية	سبتمبر 2003	5.3 مليون	1421
7	فليكر	https://www.flickr.com	شبكة تشارك الصور	فبراير 2004	32 مليون	110
8	انستجرام	instagram.com	شبكة تشارك الصور	أكتوبر 2010	200 مليون	31
9	لينكد إن	https://www.linkedin.com	شبكة تواصل مهنى	مايو 2003	187 مليون	11
10	هاى فايف	www.hi5.com	شبكة تواصل اجتماعي	2003	70 مليون	1446
11	بيبو	www.bebo.com	شبكة تواصل اجتماعي	يوليو 2005	40 مليون	30617
12	تاجد	www.tagged.com	شبكة تواصل إجتماعي	أكتوبر 2004	20 مليون	552
13	لايف جورنال	www.livejournal.com	شبكة تواصل اجتماعى واستضافة مدونات	أبريل 1999	40 مليون	154
14	فوتو لوج	www.fotolog.com	شبكة تشارك الصور	2002	3.6 مليون	7216
15	فريندستر	www.friendster.com	شبكة تواصل اجتماعي	2002	90 مليون	27209

جدول (2) أشهر الشبكات الاجتماعية(*)

*- هذا الجدول تم تجميعه من عدة مواقع:

1- احصائيات المستخدمين للشبكات الاجتماعية فى ملف انفوجرافيك تفاعلي لعام 2014، الرابط:
http://blog.digitalinsights.in/social-media-users-2014-stats-numbers/05205287.html

2- احصائيات المستخدمين للشبكات الاجتماعية لعام 2014 على الرابط:
http://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content

3- احصائيات المستخدمين للشبكات الاجتماعية لعام 2014 على موقع:
http://socialmediastatistics.wikidot.com/start
https://www.quantcast.com

4- ترتيب المواقع على مقياس اليسكا الدولى فى تاريخ 2014/11/11 على الرابط: http://www.alexa.com

5- قائمة مواقع التواصل الاجتماعي على ويكيبيديا على الرابط:
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites

ثانيًا: مفهوم الشبكات الاجتماعية:

تسهل مواقع الشبكات الإجتماعية عبر صفحات الويب التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الإجتماعية الموجوده بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الإهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض ويمكن أن تشمل هذه الاخيرة (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات).

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الإجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنًا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور.... آلخ[1].

والشبكات الاجتماعية هي مواقع فعالة جدًا في تسهيل الحياه الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الإجتماعية بينهم[2].

وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع.

وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة بينما البعض الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية[3].

1-Fang, Ling. (2013)"Do college students benefit from their social media experience? Social media involvement and its impact on college students' self-efficacy perception" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, Online:http://allacademic.com/meta/p671475_index.htm

2-Amy Y. Chou, David C. Chou. (2009):Information System Characteristics and Social Network Software,p336. [online] www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf

3-Kennedy, Helen.(2015) "What Do Social Media Users Think of Social Media Monitoring?" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England, online: http://allacademic.com/meta/p638813_index.html

وقد قدمت مختلف الدراسات عدة مفاهيم مختلفة عن الشبكات الاجتماعية وفيما يلى نستعرض اهم هذه المفاهيم لمحاولة تقريب وفهم المصطلح ومنها:

هى مواقع ألكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة فى شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بعلاقات إجتماعية مختلفة، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات أو أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم[1].

أ- وكذلك عرفت الشبكات الاجتماعية بأنها "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء بلد - مدرسة- جامعة- شركة... الخ (يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يتيحونها للعرض، وهى وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية)[2].

ب- منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح لمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات أو ربطه مع أصدقاء قدامى او حاليين[3].

ج- هى عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو،وإنشاء المدونات،وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم[4].

1-Xue Bai a and Oliver Yao. (2010): Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks,College of Business and Economics, Lehigh University,(online) http://ssrn.com/abstract=1535141 p02

2-Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison. (2010): Social Network Sites; Definition, History and Scholarship, Journal of Computer Mediated Communication, vol (13), p(1)

3- حسني عوض (2011/9/26) أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب،تجربة مجلس شبابي علار أنموذجا، مؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، جامعة القدس المفتوحة، نابلس، فلسطين. متاح على:
http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_housniAwad.pdf

4-Al-Saggaf, yeslam. (2011). Saudi Females on Facebook: An Ethnographic Study. International Journal of Emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, pp: 1-19

د- والشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر؛ مثل: إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوَّع أشكال وأهداف الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس[1].

هـ- وهى"مواقع تتشكل من خلال الانترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"[2].

و- وهى "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثانى للويب web 2 تتيح التواصل بين الأفراد فى بنية مجتمع افتراضى، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التى يتيحونها للعرض. وهى وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعى بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء فى الواقع، أو أصدقاء في السياقات الافتراضية"[3].

ولم يعد مصطلح "المجتمع الافتراضى" من المفاهيم التى تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على المستوى والتحليلات العلمية، ولكن أصبح مفهوما متداولا عن العديد من المستخدمين لشبكة الانترنت. ويرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد الذى وضع الكتاب الرائد فى هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضى "VirtualCommunity"

1- على عقلة نجادات (2012) استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباعات المتحققة منه "دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك" المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، مجلد 5، العدد 1، الجامعة الأردنية، ص3.

2-Valkenburg, P.M., & Peter, J. (2007), On line communication adolescent well-being; Testing the stimulation versus the displacement hypothesis, Journal of Computer Mediated Communication, 12, (4), Article2.

3-D.M. Boyd and N.B.Ellison,(2008) Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, Journal of Computer – Mediated Communication, 13 (1), Available at: http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

والذى عرف المجتمع الافتراضى بأنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد فى أماكن متفرقة فى أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني. يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك، ويحدث بينهم ما يحدث فى عالم الواقع من تفاعلات، ولكن عن بعد من خلال آلية اتصالية هى الانترنت. حيث يشكل المجتمع الافتراضى مجال نمو الشبكات الاجتماعية، ويشكل الفضاء المعلوماتى (Cyber Space) الحيز والإطار الذى يتم فى سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية[1].

ومما سبق يتقدم الباحث بتعريف لهذه الشبكات بأنها:

مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي وتكوين علاقات ورأس مال إجتماعى يتبادلون فيه الاهتمامات المشتركة والآراء المختلفة، ويقومون من خلال هذه المواقع بنشر عدد من الموضوعات والصور والفيديوهات وغيرها من الأنشطة.

1- J. Donath, (2007) ,op.cit.

ثالثًا: التطبيقات البرمجية لمواقع الشبكات الاجتماعية:

إن مواقع الشبكات الاجتماعية تمكن من الاتصال من خلال دوائر متسعة من الوسائل Ever-Widening Circles of Contacts بشكل غير مسبوق، وهو ما يعمل على الدمج Convergence ما بين أنشطة عديدة منفصلة من بينها البريد الإلكتروني E-mail، الرسائل Messaging، بناء مواقع الوب Website Creation، كتابة اليوميات Diaries، تحميل ألبومات الصور أو ملفات الموسيقى أو الفيديو. ومن وجهة نظر المستخدم، وأكثر من أي وقت مضى، فإن استخدام وسائل الإعلام أصبح يعني خلق المضمون Creating كما يعني الاستقبال Receiving، وذلك مع إتاحة الفرصة لسيطرة المستخدم فيما وراء اختيار المضمون المعد سلفاً Made-Ready والمنتج لجمهور عريضMass-Produced Content. وتغيرت لغة العلاقات الاجتماعية وأعيد تشكيلها من جديد، حيث يستطيع الأفراد بناء "البروفايل" الخاص بهم، وجعله عاماً Public أو خاصاً Private، كما يستطيعون التعليق على أو إرسال الرسائل إلى أصدقائهم المقربين "Top Friends" على "حائطهم"، ويمكنهم إعاقة Block أو إضافة Add أفراد إلى شبكتهم[1].

1- شريف درويش اللبان (يوليو 2009) الفيس بوك والإعلام البديل، مؤتمر، "الفيس بوك والشباب"، برنامج المجتمع المدني بمركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بجريدة الأهرام المصرية، ص ص 25-36.

ومن هذا المنطلق نجد تنوعا ملموسًا فى تطبيقات الشبكات الاجتماعية كما يلى:

1- مواقع التواصل الاجتماعي:

انتشرت الشبكات الاجتماعية في نهاية عام 2007 وهي مواقع تستخدم للتواصل والتشبيك الاجتماعي وأشهرها الفيس بوك (Facebook)، وماي سبيس (Myspace)، وأيضا ASmallWorld, Bebo, Diaspora, Hi5, LinkedIn,, Ning, Orkut, Plaxo, Tagged, XING, IRC, Yammer، وتتميز هذه المواقع بسهولة التواصل مع الاخرين ومعرفة مستجدات الاحداث وتتسم بسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، وسرعة مواكبة الأحداث على مدار الساعة ونقلها مباشرة من مكان حدوثها وهذه الشبكات مكنت الناس من التعبير عن طموحاتهم ومطالبهم في حياة حرة من خلال مشاركتهم في تغذية هذه الشبكات بالأخبار والمعلومات والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا[1].

ومثل هذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض، وعبر هذا التفاعل يستطيع الشباب التعبير عن آرائهم وتبادل الخبرات والإسهام بجدية في المجالات السياسية، والاجتماعية والثقافية، والاقتصادية لمجتمع اليوم[2]، **وسيتناول هذا الفصل هذه المواقع بالتفصيل.**

1-Brintzenhoff, William. (2011) "Automated Language Processing: Exploring the Relationship of Social Media and Conflict in a Comparative Analysis of Native Language Arabic Social Media and Conflict Events Reported in New Media" Paper presented at the annual meeting of the International Studies Association Annual Conference "Global Governance: Political Authority in Transition", MONTREAL, CANADA,
Online: http://allacademic.com/meta/p501057_index.html

2-Raupp, Juliana. and Schink, Christin.(2014) "The Media Relations Network: A Social Network Study on Media Relations in a New Media Environment" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Washington, Online:http://allacademic.com/meta/p712740_index.html

2- المدونات:

هي يوميات شخصية على الشبكة يتم ادراجها بواسطة برامج بسيطة تمكن الفرد من كتابة المعلومات والاراء الشخصية، وأول مدونة من هذا الصنف ترجع إلى أكتوبر 1994 وهي منسوبة إلى دايف وينر، مبرمج أحد البرامج الإلكترونية الأكثر شيوعاً ومطوره، تحت اسم منيلا.

وتعرف المدونة بأنها تطبيق من تطبيقات الانترنت، يعمل من خلال نظام إدارة المحتوى، وفي أبسط صوره عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها[1].

وتعتبر مدونات الانترنت واحداً من أهم تطبيقات الإعلام الجديد هو Blog أو ويب لوج Weblog، ويمكن توصيفها كصحيفة يوميات إلكترونية فردية تعبر عن صاحبها وتركز على موضوع معين، مثل السياسة أو الأخبار المحلية، ويمكن أن تكون عبارة عن مذكرات يومية، وهي تنشر بالنصوص، والصور والفيديو والصوتيات وتحمل وصلات لمدونات أخرى، **ومن أهم برامج المدونات:** Blogger, ExpressionEngine, LiveJournal, OpenDiary, TypePad, WordPress, Xanga[2].

وهناك مجموعة من المواقع التى تسمح للمستخدمين من إنشاء وتدشين المدونات وإستضافتها مثل موقع بلوجرwww.blogger.com وموقع مكتوبwww.maktoobblog.com، ومدونات جيران http://www.jeeran.com/blogs مواقع التدوين المصغر Micro-Blogging.

1-Zizi Papacharissi (2007) The Blogger Revolution? Audiences as Media Producers. Blogging, Citizenship, and the Future of Media, (New York: Routledge), pp. 30-31.
2-Laura J. Gurak and Smiljana Antonijevic (2008) The Psychology of Blogging: You, Me, and Everyone in Between, American Behavioral Scientist,
Available at: http://abs.sagepub.com/cgi/content/tefs/52/1/60.

أ- سمات وخصائص المدوّنات [1]:

- المدونات نوع جديد من أنشطة النشر الإلكتروني.

- قدرة الأفراد على إنتاج النصوص ونشرها بسهولة ومجانا.

- لا تحتاج المدونات إلى تصريح للنشر.

- تعتمد على مجهود شخصي حيث يصبح الفرد منتج المحتوى، وساهمت المدونات في تعزيز الموجة الجديدة من الصحفيين الجدد الذين يطلق عليهم "الصحفيون المواطنون Citizen Journalists".

- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية في وسائل الإعلام بوجه عام.

- المدونات نوع من الإصلاح المعرفي والمعلوماتي والتكنولوجي.

- تدعم المدونات إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها ويعبر عن رأيه في مختلف قضايا المجتمع.

- المدونات تفسح المجال للأفراد ليكونوا مشاركين فاعلين في الاتصال الإنساني.

- المدونات نوع من الإعلام البديل المختلف عن الإعلام التقليدي السائد فهى قائمة على جهد شخصي فردي لإنتاج المحتوى ولا تتبع مؤسسات إعلامية.

- تختلف المدونات في بعض الأحيان عن وسائل الإعلام الأخرى على شبكة الانترنت كمواقع الويب والمنتديات وجماعات الأخبار والبريد الإلكتروني لأنها تهتم بالتاريخ والتوثيق.

1-Borah, Porismita.(2012) "Blog credibility: examining the influence of author information and blog “reach”" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago.pp10-11.

ب- تقسيمات أنواع المدونات:

- التقسيم وفقا لأسلوب التقديم والعرض(*):

- المدونات النصية: وهي المدونات في شكلها التقليدي والتي تحتوي في الغالب على تدوينات نصية بالأساس تعززها صور أو مقاطع فيديو.

- مدونات المحتوى الصوتي (Podcasts): في هذه المدونات يكون لكل مدون قناة خاصة به يرفع إليها ما يسجله من ملفات صوتية، يتم مشاركتها وتحميلها في بعض الأحيان.

- مدونات الفيديو (Vlogs): تكون مقاطع الفيديو هنا هي أساس التدوينات، حيث يقوم المدون بتسجيل مقطع الفيديو بمفرده أو مع آخرين ليقوم بنشره على المدونة.

- مدونات الروابط (Linklogs): هذا النوع من المدونات غير منتشر مقارنة بالأنواع الأخرى، ويقوم المدون بوضع روابط لمواقع أو صفحات يرى ضرورة زيارتها.

- مدونات الصور (Photoblogs): وهي مدونات تعتمد بالأساس على مشاركة صور دون الاسهاب في التعليق عليها من المدون. ويمكن للزوار في الغالب التعليق على الصور.

- مدونات سريعة متعددة الوسائط (Tumblelogs): وأشهر مثال على هذا النوع هو مدونات موقع تمبلر Tumblr والتي تمكن المستخدم من نشر العديد من الوسائط كالصوت والفيديو والصور والنصوص في تدوينات صغيرة الحجم وبأسرع ما يمكن.

وهناك بعض الأنواع الأخرى ولكنها ليست منتشرة مقارنة بما تم ذكره كمدونات الرسومات Sketchblogs ومدونات النصوص الممسوحة ضوئيا Typecasts.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Weber, Natalie. and Ro, Jennifer. (2013) "Peer Mentoring through Blogging: Creating Transformative Spaces" Paper presented at the annual meeting of the LRA 63rd Annual Conference, , Texas, pp 12-15.

- إكرام محمود سيد عبد الرازق (2013) معالجة المدونات ومجموعات الفيس بوك لحملتى الانتخابات البرلمانية والرئاسية المصرية دراسة تحليلية مقارنة على عينة من المدونات السياسية ومجموعات الفيس بوك خلال عامى 2011 – 2012، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 75 -76.

- **التقسيم وفقا للمضمون**[1]:

- **المدونات الشخصية للأخبار والآراء:** وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملية التواصل الإخباري المتعلق بحياتهم وعائلاتهم والتعبير عن ذاتهم.

- **مدونات الأخبار والتعليقات:** وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن وسائل الإعلام التقليدية.

- **مدونات الترويج:** والإعلان والتسويق وخدمات المستهلكين.

- **مدونات المال:** والأعمال والمهنية

- **المدونات المؤسسية الداخلية:** لتبادل الرأي ووجهات النظر بين الإدارة والعاملين.

1- Child, Jeffrey. & Agyeman ,Budu,(2009) "Blogging Privacy Management Rule Development: The Impact of Self-Monitoring Skills, Concern for Appropriateness, and Blogging Frequency" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Chicago.pp8-9.

3- الموسوعات الإلكترونية (الويكي Wiki):

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم، وكلمة الويكي Wiki تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الانترنت. وفي عام 1995م قام كل من وارد كننغهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع[1].

وقد ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن، **ومن أمثلة هذه المواقع:** PBworks, Wetpaint, Wikia, Wikimedia, Wikispace.

4- المنتديات:

هي عبارة عن برامج خاصة تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، واتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.

وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع التعبير عن رأيهم، وهي نشاط يعود إلى حوالي عام 1995 العام الذي بدأت فيه المنتديات في الظهور[2].

1-Adcock, Phyllis.(2010) "Using WIKIs as a Social Interactive Network for Education Classes" Paper presented at the annual meeting of the ATE Annual Meeting , Chicago.p3.

2- قينان عبد الله الغامدي (مايو 2012) التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الالكتروني، ورقة بحثية، مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية، ص 9.

5- مواقع التدوين المصغر (Microblogging):

هو عبارة عن خدمات تقدمها شبكات اجتماعية تسمح بانشاء حسابات وصفحات شخصية تعتبر بمثابة مدونات، غير أن التدوينات هي عبارة عن رسائل قصيرة لا تتجاوز 140 حرفاً لعرضها ومشاركتها على الويب وعلى أجهزة الهواتف المحمولة، ويتم التدوين إما عبر الويب (سواء عبر الموقع نفسه أو عبر مختلف التطبيقات المكتبية المطورة بناء على منصة تطوير الموقع أو عبر الرسائل القصيرة (SMS)[1]، ويعتبر Twitter أشهر موقع للتدوين المصغر بالاضافة إلى,Jaiku, Plurk, Posterous, Tumblr, Qaiku, Google Buzz.

6- مواقع تحديد المواقع الجغرافية (Location Based Services):

كما تعرف إختصاراً بـ LBS حيث قمت في السابق بكتابة تعريف بسيط لشرحها. هذا الخدمة تمكن المستخدم من تحديد موقعه الجغرافي وتعريف شبكته من الأصدقاء بما يفعل في ذلك الموقع بالتحديد. ومن الفوائد العديدة لهذه الخدمة هي تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في مدينتك أو أي مدينة أخرى قد تزورها. كما تتميز هذه الخدمة بتقديم معلومات عن الموقع قد تكون مفيدة مثل أرقام الإتصال، عنوان الموقع الإلكتروني، رأي المستخدم الشخصي في الخدمة، أو حتى إقتراح لتجربة شئ مميز في ذلك الموقع[2]. **وهناك العديد من برامج ومواقع خدمة تحديد المواقع مثل:** Foursquare, Geoloqi, Gowalla, Facebook places, The Hotlist

1- علي محمد بن فتح محمد (2013) مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية بالمدينة المنورة، السعودية ص ص 3 – 4.

2-Frith, Jordan. (2010) "Metaphors We Locate By": Conceptualizing Privacy in Location Based Services through Metaphor" Paper presented at the annual meeting of the NCA 96th Annual Convention, San Francisco, pp5-6.

7- مواقع الفعاليات (Events):

هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعويين، كما يمكن هذه المواقع إستخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية (LBS) لتحديد موقع التجمع. مما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي، فيمكن الداعى للفعالية تغيير الموقع والزمان وبالتالي سيعرف كل المدعويين بهذا التغيير مباشرة دون الحاجة لإبلاغهم كل على حدة. **ومن أشهرمواقع الفعاليات:** Tweetvite , Eventful, Meetup.

8- مواقع تجميع المعلومات (Information Aggregators):

تقوم هذه المواقع والبرامج بتجميع المعلومات التي تهم المستخدم فقط، فما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق الانترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلاً من البحث عنها وإضاعة الوقت. **وهناك العديد من مواقع جمع المعلومات مثل:** Netvibes, evri

9- مواقع مشاركة الإهتمامات (Social Interests):

هذه نوعية مختلفة من المواقع تساعد على نشر ومشاركة شبكة المستخدم الخاصة أو نوعية الأجهزة التي يستخدمها أو الاهتمامات العامة مثل ما تشاهد الآن أو ما تقرأ في الوقت الحالي. **ومن أهم تلك المواقع:** Gdgt, GetGlue, GoodReads.

10- مواقع جمع التبرعات ومناصرة القضايا:
(Online Advocacy and Fundraising)

وتعتبر فكرة هذه النوعية من المواقع ذكية ومفيدة، لنتخيل أنك تود القيام بمشروع لا تملك التمويل اللازم له، كل ما عليك هو تقديم دراسة المشروع لهذه المواقع ومن ثم يقوم القائمين على الموقع بدراسة المشروع وفكرته ثم عرضه على المستخدمين. **ومن أشهر تلك المواقع:**Causes, Kickstarter.

11- مواقع المرجعيات او المفضلات (Social Bookmarking):

يمكن إستخدام هذه المواقع لوضع علامة مرجعية لمواقع تهمك أو قد تهم غيرك، مثلما هو الحال عند حفظ المستخدم لموقع في برنامج تصفح الانترنت الخاص بك لكن مع إضافة إمكانية مشاركة الآخرين هذه المواقع المرجعية، كما تمكنك هذه النوعية من إكتشاف مواقع جديدة،فهي تنمى إمكانيتك في إستكشاف مواقع الشبكة وتفرعاتها بالإعتماد على جهود أصدقائك أو حتى مستخدمين آخرين على الشبكة. **ومن هذه المواقع** CiteULike, Delicious, Diigo, Google Reader, StumbleUpon, folkd.

12- مواقع الأخبار الإجتماعية (Social News):

بدلاً من الإعتماد على إستقاء الأخبار من قنوات الأخبار المتعارف عليها، يمكنك الإعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة، حيث يقوم المستخدمين من تقديم الأخبار التي يجدونها مهمة ومن ثم يقوم القراء بترقيتها إن كانت فعلاً مهمة. ومما يميز هذه المواقع هو التركيز على ما هو حديث وفي مجال إهتمام العالم، كما تقدم الكثير من مواقع الأخبار الإجتماعية تصنيفات تساعدك على تحديد مجال إهتماماتك. **ومن أهم مواقع الأخبار الإجتماعية:** Digg, Mixx, NowPublic, Reddit, Newsvine, Technorati.

13- مواقع الملاحة الإجتماعية (Social Navigation):

برامج الملاحة الإجتماعية عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بتثبيتها على جهاز الهاتف المحمول ومن ثم الإستعانة بالـ GPS لرسم خريطة حركته بالمدن. فالآلاف من المستخدمين يقومون بنفس العملية على مدار الساعة لتكون المحصلة هي خريطة دقيقة مرسومة من قبل المستخدمين. كما تمكن هذه البرامج من تقديم توجيه دقيق للمستخدم عند رغبته الوصول لمكان محدد، أو التنبيه بوجود مخاطر على الطريق أو حتى تغيير مسارات التحرك، **ومن هذه البرامج:** Trapster, Waze.

14- مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص:
(Document Management & Editing)

يرغب البعض التعاون في إتمام مذكرة أو نص أو حتى التعاون على تحضير عرض معين فبإستخدام هذه المواقع كل ما عليك هو تحديد الأشخاص اللذين تود التعاون معهم والباقي ما هو إلا تفاعل سلس بينكم. فكلما دخل شخص على المذكرة أو النص يمكنه رؤية التحديثات والتعديلات وبالتالي التعاون على إتمام العمل. وبعض هذه المواقع (DropBox, Box) يساعدك على تبادل الملفات مع الآخرين حيث تمنحك الشركة المقدمة للخدمة سعة تخزين محددة يمكنك إستخدامها لإنشاء ملفات ومن ثم مشاركة الملفات مع أصدقاء أو زملاء لتبادل البيانات بشكل فوري وسريع. **ومن أشهر مواقع إدارة وتحرير النصوص:** Google Docs, Syncplicity, Docs, Dropbox , Box.

15- مواقع تشارك الصور (Photo Sharing):

تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكاناً يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صور أو لوحات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الإعجاب أو النقد لها، **مثل:** deviantArt, Flickr, Photobucket, Picasa, SmugMug, Zooomr.

16- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر:
(Video Sharing & Streaming)

في هذه النوعية من المواقع يمكن إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية وتقييمها، كما تقدم معظم هذه المواقع خدمة مشاركتها على المواقع الإجتماعية الآخرى حتى يتمكن أصدقائك من التعرف عليها وإعادة نشرها على شبكتهم الخاصة، ويمكنك إضافتها لمدونتك مباشرة. بإمكانك كذلك إنشاء الفيديو الخاص بك عن طريق إستخدام كاميرتك الخاصة أو جهازك المحمول ورفع المقاطع لهذه المواقع مباشرة دون الحاجة لإستخدام جهاز الكمبيوتر. بإستخدام مواقع البث المباشر يمكنك البث من جهازك الخليوي في أي وقت، مع إمكانية البث لمدونتك الخاصة أو قناتك، وبعد الإنتهاء يمكنك

تحميل المقاطع المرئية لمواقع مشاركة الفيديو ومن ثم نشرها. ومما يميز خدمات البث هو إمكانية التفاعل، حيث يمكن المتفرجين التواصل معك فوراً وفي نفس لحظة البث كما يمكنك الرد عليهم. **ومن أشهر مواقع تخزين وبث الفيديو**: sevenload, Viddler, Justin.tv, Livestream, ،Vimeo, YouTube, Dailymotion, Metacafe, Openfilm .Stickam, Ustream, blip.tv

17- مواقع مشاركة المقاطع الصوتية والموسيقى:

(Music & Audio Sharing)

بإستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما تمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة إستكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني. كما أن بعض هذه المواقع يقدم خدمة راديو على الانترنت حيث يمكنك تحديد نوعية الموسيقى أو البرامج التي تود الإستماع لها ومن ثم الحصول على ما يناسب ذوقك، يمكنك أيضاً إكتشاف الجديد من خلال التعرف على ما هو حديث وما له شعبية بين المستمعين.**ومن أمثلة هذه المواقع:** ccMixter, Pandora Radio, Spotify, Last.fm, ReverbNation , ShareTheMusic, .The Hype Machine, Groove Shark, SoundCloud, Bandcamp, SoundClick

18- مواقع استعراض السلع (Product Reviews):

قد نحتاج الى شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث بالتالى يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من إشتروا هذه السلع قبلك وتقيمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والإستخدام اليومي، فمن خلال زيارة مواقع إستعراض السلع ومميزاتها ومواصفاتها ستحصل على رأي الخبراء في المجال، كما أنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته. **ومن أمثلة هذه المواقع:** Epinions, Mouthshut.

19- مواقع الأسئلة والأجوبة (Community Q&A):

ومن خلال هذه المواقع يمكنك الحصول على إجابات محددة لأسئلة قد تدور بذهنك. فمواقع الأسئلة والأجوبة الإجتماعية تقوم بتقديم سؤال ويقوم المستخدمون بتقديم إجابات، ومن ثم يقوم كل من له دراية بتعديل الإجابة لإعطائك أدق إجابة ممكنة. كما يمكنك الإشتراك في متابعة سؤال طرح من الغير لما للموضوع من أهمية لديك أو حتى متابعة نوعية معينة من المعلومات فبالتالي إحتمالات الإستفادة لا نهائية. **ومن امثلة هذه المواقع:**

.Askville, EHow, WikiAnswers, Yahoo! Answers, ask.com

20- مواقع العوالم الإفتراضية (Virtual Worlds):

من خلال هذه المواقع يمكنك إنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية (Avatar) الخاصة بك وتفاعلها عبر عالم تقابل فيه العديد من الشخصيات المختلفة التي قد تعكس أو لا تعكس شخصيات منشئيها الحقيقيين في عالم إفتراضى. كما يمكنك أيضاً التواصل والتحدث بالصوت مع أي من الشخصيات المتواجدة في تلك العوالم،كما بإمكانك شراء وبيع سلع وممتلكات على هذه العوالم. وبعض العاب العوالم الإفتراضية تقوم على فكرة الحروب والقتال بينما البعض الآخر يقوم على فكرة إيجاد حياة أو عالم بديل لعالمنا الحقيقي. **ومن هذه المواقع:**

.Active Worlds, Second Life, World of Warcraft, RuneScape

21- مواقع مشاركة الألعاب (Game Sharing):

تعتمد فكرة هذه المواقع على مشاركة الآخرين على شبكتك الإجتماعية ألعاب تتطلب العديد من اللاعبين على الشبكة. كما تمكن بعض هذه المواقع المطورين من عرض ألعابهم على المستخدمين للإستمتاع بها. **ومن أمثلة هذه المواقع:** Kongregate, Miniclip, .Newgrounds, Armor Games

رابعًا: تقسيمات الشبكات الاجتماعية:

أ- تصنيف حسب الوظائف(*):

- التدوين مثل (Typepad,Blogger, Skyblog…).
- النشر فى الموسوعات الإلكترونية الحرة مثل (Wikipedia, Wikia, Wetpaint).
- النشر كصحافةالمواطن مثل (Digg, Newsvine, Wikio, Agoravox).
- تبادل الفيديوهات وتحميلها ورفعها مثل (YouTube, Dailymotion).
- تبادل الصور وتحميلها ورفعها مثل(Flickr).
- تبادل المفضلات الاجتماعية والإرتباطات مثل (del.icio.us, Ma.gnolia).
- تبادل المقاطع الصوتية والموسيقى مثل (Last.fm,Deezer).
- تبادل العروض التقديمية مثل (Slideshare،diaporama).
- نظم التراسل الفورى (Yahoo Messenger, Windows Live).
- نظم الاتصالات عبر بروتوكول الانترنت مثل (Google Talk ،Skype).
- الشبكات الاجتماعية العامة (Facebook, MySpace, Bebo, Hi5,Orkut).
- مواقع التدوين المصغر مثل (Twitter, Pownce, Jaiku, Plazes).
- منصات العرض المباشر(البث الحى) مثل(Justin.tv, BlogTV, Yahoo! LiveUStream).

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

-Dietrich, Bryce (2015) Are Online Social Networks Communities?: A Social Network Analysis of Facebook "Paper presented at the annual meeting of the MPSA Annual National Conference, Chicago, ,pp15-16.

- DeLeeuw, Joseph (2011) A Social Network Analysis of the Friendship Networks of Militia Groups Using Social Media "Paper presented at the annual meeting of the ASC Annual Meeting, Washington.pp20.

- Fang, Ling. & Ha, Louisa (2011) Who are the heavy users of Social Network Sites among College Students? A Study of Social Network Sites and College Students "Paperpresented at the annual meeting of the Association for Education inJournalism and Mass Communication. Washington.p8.

- العالم الافتراضي (Second Life, Entropia Universe, There)، والعوالم الافتراضية للصغار مثل (Club،Penguin،Stardoll).

- الدردشة ثلاثية الابعاد مثل (Habbo, IMVU).

- منصات الألعاب متعددة اللاعبين مثل (Neopets, Gaia Online, Kart Rider, (Drift.

ب- تصنيف حسب التطبيقات المستخدمة[1]

- المواقع والتطبيقات التي تعتمد على التواصل مع الأصدقاء وتبادل ومشاركة النصوص والتعليقات والرسوم، وهي ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، مثل"الفيس بوك "و"تويتر"و"إنستجرام"، و"لينكد إن"، و"جوجل بلس"، وغيرها من التطبيقات التي يتميز كل منها عن الآخر ببعض المميزات.

- المواقع التي تقوم على إرفاق الفيديوهات والملفات المصورة، مثل اليوتيوب.

- تطبيقات التواصل اللاسلكي مثل"الواتس أب"، و"البلاك بيري".

ج- تصنيف حسب الاستخدام[2].

- استخدامات شخصية: فالغالب يستخدم مثلاً شبكات مثل: "تويتر، فيسبوك" لأسباب شخصية خاصة بالفرد، ليكون على اتصال بأصدقائه مثلاً، كما أنه يشارك الناس من خلال اهتماماته وآرائه الخاصة.

- استخدامات تجارية: وهو ما يطلق عليه اصطلاح "التجارة الإلكترونية"، حيث توطد المنصات الاجتماعية العلاقات مع العملاء، وتسويق المنتجات، حيث إن هذه الشبكات تمثل أكبر سوق تجاري عالمي.

1-Rui, Jian. & Stefanone, Michael (2012) Online Social Network Profile Management: Self-Presentation, Self-Concept, and Social Network Perspectives "Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Phoenix, p10.

2- مفيدة بلهامل (2014) الإعلام الجديد: مصطلحات، مفاهيم ونماذج، المؤتمر الدولي الثاني في موضوع: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالتعاون مع مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر،جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر، 25 - 26 نوفمبر، ص ص 20 -22.

- **استخدامات مهنية:** شبكية عن طريق توسيع التجارة، وعقد الصفقات، والتواصل مع شركاء آخرين يرغبون بالانضمام لنفس مجال العمل الذي يزاوله الشخص.

- **استخدامات إعلامية:** عن طريق نشر الأخبار، وبث الحوارات، ومواكبة التغيرات الطارئة على مستوى العالم لحظة بلحظة.

- **استخدامات ترفيهية:** وقد أصبح الترفيه سمة عصرنا الحالي، خاصة وأن الترفيه أصبح صناعة ضخمة تدر المليارات.

د- تقسيم الشبكات الاجتماعية وفقا للأهداف[1].

- **شبكات التواصل الاجتماعى:** وهي الشبكات التي أنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين الأعضاء وغالبا ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على الشبكة، مثل الفيس بوك، وماي سبيس.

- **الشبكات الاجتماعية المهنية:** هو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية فهي تربط أصدقاء العمل و أصحاب الأعمال و الشركات. كما تتضمن أيضا ملفات شخصية للمستخدمين تحتوي على سيرتهم الذاتية و ما قاموا به في سنوات دراستهم و عملهم و من قام بالعمل معهم، ويهدف هذا النوع الى بناء رأس مال إجتماعى وعلاقات قوية بين أطراف سوق العمل مثل موقع LinkedIn.

- **الشبكات الاجتماعية للإبحار:** وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال، وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع Diggوهو موقع روابط إنترنت.

خامسًا: خصائص الشبكات الاجتماعية:

تشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية مع المواقع الاستاتيكية ولكن توجد لها مميزات متفردة تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها،ومن أبرز تلك الخصائص[1].

1-عبدالكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلّد 40، العدد 1، ص ص 70 -71.

أ- الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Page): ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات.و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

ب- الأصدقاء / العلاقات Friends/Connections: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين. الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقائك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

ج- إرسال الرسائل: وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

د- ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

هـ- المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

و- الصفحات العامة: ابتدعت هذه الفكرة موقع الفيس بوك، واستخدمها تجاريا بطريقة فعّالة حيث يمكن عبر هذا الموقع إنشاء حملات إعلانية موجّهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من

1-J.B. Walther et al.(2008) The Role of Friends, Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are we known by the company we keep?, Human Communication Research, 34 (1), pp. 28-32

المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي او إبداء الإعجاب بها.

سادسًا: سلبيات وايجابيات الشبكات الاجتماعية:

وعلى الرغم من الانتشار الواسع لتكنولوجيا الانترنت عالميا وعربي إلا أنه يجب ألا نغفل أن لكل تكنولوجيا تأثيرات مرغوبة، وأخرى غير مرغوبة، ولا تعد تكنولوجيا الانترنت استثناء فى هذا الصدد، وتصبح فى بعض الأحيان التأثيرات غير المرغوبة للتكنولوجيا مدمرة لدرجة تهدد بإلغاء فوائدها.

ولذا يتضح أهمية الدراسات الخاصة بالأثار والمخاطر النفسية والاجتماعية الناتجة عن استخدام شبكة الانترنت وبالأخص مواقع الشبكات الاجتماعية لفترات طويلة على مستخدميها، وفى هذا الصدد سعت دراسة(نرمين خضر،2009)[1]. الى التعرف على التأثيرات والمتغيرات النفسية السلبية المتمثلة فى(إدمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، والكذب والإكتئاب والقلق) فضلا عن المتغيرات الاجتماعية التى تتمثل فى(الشعور بالوحدة والعزلة الاجتماعية وعدم التفاعل والتواصل مع الآخرين) وكذلك الإيجابية منها مثل(الثقة بالنفس، والرضا عن الذات وعدم الشعور بالانطواء والوحدة والمبادرة، وتقدير الذات والصدق فى التعبير عن أنفسهم) **وقد أسفرت الدراسة على رصداهم ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعى متمثلة فى:**

- أنها تقلل من انطوائية الأفراد، وتُعزِّز الإجتماعية لديهم وتجعلهم يشعرون بالمجتمع وبالحياه من حولهم.
- أنها تسمح للمستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والإتصال بهم، ومقابلة أفراد جديدة وخلق صداقات معهم وتطوير العلاقات الإجتماعية.

1- نرمين خضر (2009) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول بعنوان: الاسرة وتحديات العصر 15-17 فبراير.جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 937 ص.

- يستخدم الطلاب الـ Facebook كهدف للترفيه والتسلية والتنفيس عن النفس وقضاء أوقات الفراغ، والإشتراك مع الآخرين وأحياناً الهروب من الضغوط ومشاكل الحياة.

- المستخدمون بكثرة لموقع الـ Facebook يشعرون بأنه الوسيلة الجيدة للحصول على المتعة وذلك أكثر من شعور المستخدمين بقلة لهذه المواقع.

كما نوهت الدراسة الى بعض السلبيات المترتبة على استخدام هذه المواقع ومنها:

- إنَّ استخدام مثل هذه المواقع يُمكن أن تمنع الطلاب من إكمال إتمام عملهم، وكذلك قد تقلل من تفاعلهم مع اقترانهم وجهاً لوجه وقد تصيبهم بحالة من الإنسحاب من المجتمع والميل للعزلة الإجتماعية والشعور بالإنطواء.

- يكون لدى الطلاب شعور مختلط عن الآثار المترتبة على أفعالهم عبر الانترنت.
- شعور المستخدمين بإنتهاك خصوصيتهم عبر هذه المواقع.

كما تشير نتائج عدة دراسات(*) الى أهم إيجابيات شبكات الاجتماعية:

- تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص.

- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.

- تساعد على قبول القضايا الخلافية.

- تساعد على التعّلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.

- توفر فرصة التعّلم بالرمزيّات.

- تساعد في تنشيط مهارات استخدام الانترنت لدى المستخدم.

- تحقق قدرًا من الترفية والتسلية.

- تساعد في الحصول على وظيفة مناسبة.

- تساعد فى الأعمال الخيرية والتطويعية والتسويقية والبحثية والصحفية.

- وسيلة دعوية لنشر تعاليم الدين والدعوة الى الله.

وقد اتفقت نتائج عدة دراسات(*) على سلبيات الشبكات الاجتماعية والمتمثلة فى:

- إدمان هذه المواقع يعطل الكثير من الأعمال ويضيع الوقت، ويعمق من الإنعزال عن الواقع.

---

*- الدراسات هى:

- Niemz, Katie, Mark Griffiths and Phil Banyrad, (2005). "Prevalence of Pathological Internet Use among University Students and Correlations with Self-Esteem, the General Health Questionnaire, and Disinhibition". Cyber Psychology of Behavior, vol. 8, No.6. p,562-570 .
- Kraut, Robert, et al.; (2004). "The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis", online: http://jcmc.Indiana.edu/vollo/issue 1/shklovshi- kraut.html

*- الدراسات هى:

- فاطمة الزهراء عمارى (2012) استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الإجتماعي: حالة "الفيس بوك" دراسة مسحية لعينة من صفحات "الفيس بوك" لقناتي "بي بي سي و فرانس 24 خلال عام 2012، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص ص 37-38.
- محمد خليل الرفاعي (2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية" مجلة جامعة دمشق– المجلد 27 -العدد الأول، ص ص 709 – 711.

- نشرها لأفكار الضالة مثل الالحاد،وترويج العنف والمشاركة فيه، والجنس.

- التعرض للجرائم الإلكترونية فعلى سبيل المثال تم نشر 43 ألف ملف خبيث عام 2012 عبر الشبكات الاجتماعية مثل (الفيس بوك).

- التعرض للخداع والنصب.

- ظهور لغة جديدة بين الشباب حولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام وباتت الحاء "7"والهمزة "2" والعين "3".

- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية.

- كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.

- إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.

- ساعدت على تعميق التفكك الأسري.

سابعًا: أهم استخدامات الشبكات الاجتماعية:

أتفقت عدة دراسات(*)، على وجود مجموعة من الاستخدامات المشتركة للشبكات الاجتماعية **يمكن تلخصيها فيما يلى:**

أ- استخدامات التواصل الشخصي: وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة بين المستخدمين، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية والثقافية.

ب- الاستخدامات التعليمية: تؤدى الشبكات الاجتماعية دورا هاما في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب للتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، ولم يقتصر الامر على المدارس بل والجامعات أيضا.

ج- الاستخدامات الحكومية: اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول. ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيدها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع المسؤول مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات.

---

*- الدراسات هى:
- فاطمة الزهراء عمارى (2012) مرجع سابق، ص ص 39-40.
- Bondad-Brown, Beverly., Rice, Ronald. & Pearce, Katy (2011)A Uses and Gratifications and Social Media Approachto Understanding Online Video Use and Content Recommendations "Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Boston.pp15-18.
- Kushin, Matthew. & Yamamoto, Masahiro(2009)Did Social Media Really Matter? College Students Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election "Paperpresented at the annual meeting of the Association for Education inJournalism and Mass Communication, Boston, pp.12-14.

د- الاستخدامات الإخبارية: أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية، ولاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية.

هــ - الاستخدامات البحثية لجمع المعلومات: تمكن الشبكات الاجتماعية المثقفين من حصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية وقدتكون أكثر تحديثا من كتب والدوريات مثل موقع IMedix، كما توفر للباحثين تبادل المعلومات والبحوث والدراسات المتخصصة.

و- الاستخدامات التسويقية والتسوقية: حيث اتجهت المؤسسات الى استخدام الشبكات الاجتماعية كاداه تسويقية لمختلف المنتجات بل الافكار أيضا، فأحاديث المستخدمين مع بعضهم البعض حول منتجات معينة نوع من انواع التسويق يعرف بالتسويق الفموى وهو يعتبر أكبر دعاية مؤثره لأنها تولد لدى شخص رغبه ملحه لمعرفه ما يتحدث عنه الناس وبالتالي يقوم بتجربته على سبيل الفضول.

ثامنًا: أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية [1]:

أ- موقع فيس بوك Facebook:



شكل(1) أيقونة موقع فيس بوك

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام(2004)، في جامعة(هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى(مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته(الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق

1- تم الاسترشاد فى هذه الجزئية بـ:فتحي شمس الدين (2013) شبكات التواصل الاجتماعي والتحول الديموقراطي فى مصر، دار النهضة العربية، القاهرة، ص ص 73-91.

الجامعة وبحدود أصدقاء(زوكربيرج)، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، ثم الى العالم أجمع.

استطاع موقع «فيس بوك» face book، خلال الثلاث سنوات الاولى من تدشينه أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، واشتراك أكثر من 150 ألف مستخدم جديد في الموقع يوميا، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، ويتشابكون بشكل يكاد يبدو هلاميا. ويبدو أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب وطلبة الجامعة والمراحل الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، أو جروبات خاصة بمجموعات منهم، أصدقاء، حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة والشباب فستجد داخل «الفيس بوك» أيضا عددا كبيرا من الإعلاميين الذين وجدوا في «الفيس بوك» عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم. موقع «الفيس بوك» لم يكن هو الأول فقد سبقته مواقع مشابهة مثل موقعي «My space» و«Hi5» غير أن «فيس بوك» يتيح مساحة أكبر من الخصوصية، حيث يتحكم المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به، حين يرفض من البداية أو يقبل جعله صديقا له.

وعلى حائط «الفيس بوك» يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا ما يريدون، ويمكنهم أن يسموا أيضا لصاحب الصفحة، وأن يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صوره الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، يروا صور أفضل أصدقائه، ويلعب الفيس بوك بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، والبحث عن الأصدقاء القدامى [1].

1- أمينة عادل سليمان،هبه محمد خليفة (2009) الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة (دراسة شاملة للتواجد والإستخدام لموقع الفيس بوك، بحث مقدم في المؤتمر الثالث عشر لأخصائي المكتبات والمعلومات في مصر، في الفترة مابين 5-7 يوليو 2009، بعنوان المكتبة والمجتمع في مصر، ص ص 11- 18.

ب- موقع ماي سبيس MySpace:



شكل(2) أيقونة موقع ماى سبيس

من أشهر مواقع الانترنت للتشبيك الاجتماعي، انشأ سنة 2003 على يد توماس اندرسون، ويقدم للمستخدمين أركانا خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم، وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد الكتروني داخلي، ويستطيع المستخدمين من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال شبكة ماي سبيس الاجتماعية.

ج- موقع تويتر twitter:



شكل(3) أيقونة موقع تويتر

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة(تويتر) أوائل عام(2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها أسماً خاصاً يطلق عليه(تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).

وأخذ (تويتر) أسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة(RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

ويوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً.

وفي الوقت ذاته يتح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاءه ومعارفه الذين يهمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.

ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الإتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟

وقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعناوين الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن) من إمكانيات تويتر العديدة [1].

1- محمد منصور (2012) تأثير شبكات التواصل الإجتماعي عمى جميور المتمقين دارسة مقارنة لمواقع الإجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك، ص ص 99 – 101.

د- يوتيوب You tube:



شكل (4) أيقونة موقع يوتيوب

هو أحد المواقع الإجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الإجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في نشر الأحداث التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

وهو موقع لنشر مقاطع الفيديو، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتوب من شبكات التواصل الإجتماعية الهامة والتى تقوم على تشارك مقاطع الفيديو لمختلف الاحداث الشخصية والعامة.

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت مؤسسة (جوجل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.[1] وهناك قواعد ملزمة للنشر تعتمدها اليوتيوب، فهي لا تسمح

1- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مجلس الوزراء المصري (فبراير 2010)، تقرير الإعلام الإلكتروني فى مصر الواقع والتحديات، سلسلة تقارير معلوماتية، العدد 38، ص6.

بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والجنس، أو تلك التي تسئ إلى الديانات والمذاهب والشخصيات. ويستخدم اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الأسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، واليابانية). واليوتيوب مسموح به في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حضر استخدامه وهي: (المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند، والبرازيل)[1].

هـ - جوجل بلس Google Plus:



شكل (5) أيقونة موقع جوجل بلس

جوجل + أو جوجل بلس (Google Plus) هي شبكة اجتماعية تم انشائها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو، 2011 ولكن لم يكن التسجيل مسموح إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في الطور التجريبي.

ولكن في 20 سبتمبر، 2011 فُتح جوجل+ لأي شخص أكبر من سن 18 عام للتسجيل بدون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر.

نشأ جوجل بلس من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر Circles، مكالمات الفيديو Hangouts، الاهتمامات Sparks والمحادثات الجماعية Huddles والمنتديات والصفحات وغيرها الكثير مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدي جوجل Google Buzz الملف الشخصي Google profile والالعاب، التعديل على الصور من خاصية piknik، المنتديات communities، الوسم Hash-tag[2].

1- محمد منصور (2012)، مرجع سابق، ص 101.

2-Robbins, Brandon. & Sims, Jeanetta (2011) Google in Social Media Marketing: A Closer Look at SEO and Google + , Paper presented at the annual meeting of the Oklahoma Research Day, Cameron, p5.

و- لينكد إن Linked In:



شكل (6) أيقونة موقع لينكد إن

يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، تأسس في ديسمبر عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في مايو 2003، والغرض من الموقع هو أنه يتيح للمشتركين الاحتفاظ بقائمة تواصل مع الأشخاص الذين لهم بهم علاقة ما، تسمى "العلاقات أو الاتصالات Connections"، والمستخدمين يستطيعون دعوة أي شخص للإنضمام بالموقع.

يسمح لينكد إن للأعضاء بالبحث عن الشركات التي يهتمون بوظائفها ويرغبون العمل بها، فعندما يقوم العضو بكتابة اسم الشركة في صندوق البحث، يستطيع مشاهدة وقراءة بيانات وإحصائيات حول الشركة.

يستطيع المشتركون تحميل سيرهم الذاتية، وترتيب ملفهم الشخصي بعرض وإبراز أعمالهم وخبراتهم، ويمكن استخدامها لإيجاد وظائف، أو أشخاص، أو فرص عمل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل، كما يمكن الموقع أصحاب العمل من وضع قائمة بالوظائف المتوفرة لديهم والبحث عن مرشحين محتملين ومناسبين لها[(1)].

1- رضوان بلخيري (2014) الإعلام الجديد...مرحلة جديدة من التنافس " توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح" ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني في موضوع: الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرص"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بالتعاون مع مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر،جامعة محمد خيضر -بسكرة، 25 - 26 نوفمبر، ص 8.

ز- موقع هاى فايف hi5:



شكل (7) أيقونة موقع هاى فايف

يقع المقر الرئيسي للشركة المالكة فى سان فرانسيسكو بكاليفورنيا، وتأسس الموقع عام 2003 من قبل رامو بالامانتشي وبحلول عام 2008 أصبح الموقع ثالث أكبر شبكة إجتماعية شعبية من قبل المستخدمين، ويستطيع المستخدم أن يصنع صفحته الخاصة ووضع الصور والمقاطع الصوتية والمرئية بها.

ك- فليكر flickr:



شكل (8) أيقونة موقع فليكر

أنطلق الموقع عام 2004، وهو عبارة عن شبكة تبادل الصور والفيديو، تقع الشركة المالكة له فى كندا، وقد قامت شركة ياهو عام 2005 بشراء الموقع من الشركة المالكة.

تاسعًا: أهم المداخل والأطر النظرية فى دراسات الشبكات الاجتماعية:

يدرك المتأمل لواقع الدراسات والمنهجيات التي تتم في إطار التفاعلات الشبكية علي المستوي الافتراضي أنها استوجبت تطوير منهجيات علمية ومداخل نظرية تواكب التغير السريع الذي يحدث في إطار التفاعل الافتراضي. فكما أن تطور الشبكات سريع، فإن تطور المنهجيات لابد أن يتواكب مع هذا التطور ويمثل ذلك التحدي الكبير أمام دراسات المجتمع الافتراضي بشكل عام، ومن هذا المنطلق نستعرض أهم المداخل النظرية والادوات المنهجية الحديثة فى دراسات الشبكات الاجتماعية.

أ- مدخل الهوية الافتراضية والتلاعب بالذات: إن الانترنت التي تفتح "فضاءات" لا تحكمها مرجعية التموقع بالمعنى الفيزيائي، تمكِّن الأفراد من تجاوز اكراهات الحضور الجسدي، والتحاور دون أن يكشفوا عن هوياتهم الحقيقية.

إن هذا التحرر النسبي لمستخدمي الانترنت في علاقتهم بالمكان والجسد والوضع الاجتماعي ستخلق نوعا جديدا من الممارسات متمثلة تحديدا في تمكين الأفراد من اصطناع هويات افتراضية وإدارتها بما يتناسب ورغباتهم في التعدد الهوياتي، فهى هوية تخيلية تسعى الى القفز على "محرمات" الهوية الاجتماعية.

فالفرد فى الهوية الافتراضية غالبا ما يتلاعب بهويته ويتقمص ادوار آخرى ليدفع الاخرين للتفاعل معه فربما يكون رجلا ويتعامل على انه أمرأه او يكون طالبا ويتعامل بأنه أستاذ، وهذا ما يطلق عليه التلاعب بالذات [1].

ب- مدخل الاعتماد المتبادل: يمثل الاعتماد المتبادل مدخل أساسى مرتبط بتحليلات الشبكات الاجتماعية، مع ملاحظة أن هذا المدخل يختلف باختلاف أدبيات العلوم الإنسانية.

فإذا كان الاهتمام في أدبيات علم النفس النظرية تركز علي المحور السلوكي في تفسير مرجعية الاعتماد المتبادل، أما أدبيات العلوم السياسية ترتكز علي فكرة نقل المعلومات باعتبار أن لها دور في تحليل الشبكات الاجتماعية من ناحية،ولها مؤثراتها السياسية من ناحية أخري، بينما تركز أدبيات علم الاجتماع علي تفسير الاعتماد المتبادل في سياقاته الاجتماعية.

1- الصادق رابح (2007) الانترنت كفضاء مستحدث لتشكُّل الذات. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثامن،الجزء الثاني،صص 266، 267.

والفرضية الأساسية لهذا المدخل يمكن بلورتها في الجملة الآتية "يلعب الاعتماد المتبادل دورا أساسيا في تبادل المعلومات بما يؤثر علي المعتقدات والقرارات الشخصية والجماعية والمنافع وحتى الاحتجاجات والإضرابات". مع الأخذ في الاعتبار أن تشكل الاعتماد المتبادل يكون بحسب قوة الروابط بين الأفراد والجماعات. وتتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية فالدوافع الترفيهية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية، مع ملاحظة دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية إذ أنها من الممكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تتهاون في قوتها بما يؤثر علي فاعلية الاعتماد المتبادل [1].

ج- مدخل رأس المال الاجتماعي للشبكات الاجتماعية: يعتبر بورديو وكولمان وبوتنام ولين من أشهر منظرى مفهوم رأس المال الاجتماعى، ويتأسس رأس المال الاجتماعي علي شبكة العلاقات الاجتماعية التي يملكها الفرد والتي يحصل منها علي رصيده في التفاعلات التي من الممكن أن تحقق مآرب ذات أبعاد متباينة له ، ويتأسس ذلك علي الثقة والمعايير [2].

ويوجد ثلاث انواع لرأس المال الاجتماعى[3]:

1- راس مال اجتماعى رابط Bonding: نتيجة العلاقات القوية بين الافراد المتجانسين مثل علاقات الاسرة والمقربين وتقوم على التوافق فى الخلفيات والتفكير والثقافات وهذه العلاقات قد تكون ذات سمات مشتركة مثل الهوية والانتماء العرقى والدينى.

2- رأس مال اجتماعى عابر Bridging: نتيجة للعلاقات الضعيفة بين أفراد مختتلفين ثقافيا، ويتسم بالروابط الفضفاضة ويتغلب على الخلافات بين الأفراد.ويعتبر ضروريا لإحداث التقدم فى المجتمعات.

1-K.-H. Kim and H. Yun (2007) Cying for Me, Cying for US: Relational Dialectics in a Korean Social Network Site, Journal of Computer – Mediated Communication, 13 (1), Available at: http://jcmc.indiana.edu/vol13/ issue1/kin.yun.html.

2- وليد رشاد (2006) الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية دراسة علي عينة من المتفاعلين عبر الشبكة الدولية للمعلوما ت، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة، ص92.

3- ياسمين محمد إبراهيم السيد (2014) الاتصال التفاعلى من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 79 – 82.

3- رأس مال اجتماعى تسلسلى linking: وهو يتعلق بالاتصالات بين الافراد والجماعات فى العلاقات الهرمية أو القائمة على السلطة لصانعي القرار.

وتنهض المجتمعات نتيجة لرأس المال الاجتماعى والذى يعد ضروريا للتحول الديمقراطي وحقوق الانسان وحرية التعبير والرأى.

أما علي الصعيد الافتراضي يتأسس رأس المال الاجتماعي بناء علي شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الانترنت. فالنقطة الجوهرية الفاصلة بين محددات رأس المال الاجتماعي الافتراضي والواقعي هي مجال التفاعلات(1).

ويتحقق رأس المال الاجتماعى الافتراضى من خلال مفهوم الارتباط المدنى الافتراضى ويقصد بهذا الارتباط التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلي السياقات الافتراضية والعكس(2). بمعني الاشتراك في المجموعات المنظمة عبر الانترنت ذات الأبعاد الاجتماعية يؤسس علي عنصرين الأول متمثل في التبادل المعلوماتي: ويدرك المتأمل لهذه المقولة أن التبادل المعلوماتي يسهم في طرح مجال للاستفادة في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية والاجتماعية(3).

وتعتبر فكرة تبادل المعلومات من محددات تشكل رأس المال الاجتماعي في سياقاته الافتراضية، حيث تطرح أوجه للتبادل الفاعل (4).

ويتمثل العنصر الثاني في الدعم الاجتماعي: والمقصود به هنا هو الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتأرجح هذه المنافع بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي(5).

1-Williams, D. (2006), On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online era, Journal of Computer Mediated Communication, 11 (2), Article 11. Pp52-54.

2- وليد رشاد زكي (2012) رأس المال الاجتماعي بين السياق الواقعي والافتراضى، مجلة الديمقراطية، متاح على، http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?Serial=96285&eid=897

3-Ellison, N.B., Steinsfield, C. & Lampe, C. (2007), The Benefits of Face Book Friends Social Capital and College Students, Use of On Line Social Networks Sties, Journal of Computer Mediated Communication, no12,vol 4, Article 1.pp66-67.

4-Nicole Ellison, (2007), Face book Use on Campus: A Social Capital Perspective on Social Network Sites, Journal of Computer Mediated Communication, OnLine at http://jcmc.indiana.edu

5- محمد نصر،جميل هلال (2007) قياس رأس المال الاجتماعي في الأراضي الفلسطينية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، ص ص 20 – 22.

د- مدخل التفاعلية الرمزية Symbolic Interactions: وهو يهتم بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في الشبكات الاجتماعية، ويركز على المفاهيم Definitions والمعاني Meanings، والتي وجدت وتم المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد. فهويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي Social interaction ويتشكل أيضًا مفهوم الذات Self-Concept من خلال كيفية تفاعل الآخرين معنا.

وهو يعد من بين الأطر النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال الشبكات الاجتماعية من خلال استخدام النص، و الصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية. وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم. فالمستخدمين يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين [1].

هـ- نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness: والتي تستخدم لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتي. وهى ترى أن فعالية الاتصال يعتمد علي القدر الذي تستخدم به الوسيلة، وتركز النظرية بشكل أكبر علي الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجع صدي تكون أكثر ثراء، فكلما قل الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً.

1-Barnhurst, Kevin (2010) Symbolic Interaction and the Crisis of Journalism: Bridging the Divide between Standard Practice and New Technologies "Paper presented at the annual meeting of the NCA 96th Annual Convention, San Francisco, pp8-9.

وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام لديها القدرة علي حل الغموض الذي يواجه الجمهور وتقديم تفسيرات متنوعة وتسهيل عملية الفهم علي الجمهور المستقبل للرسالة، فثراء المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض، وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة[1].

و- نظرية المجال العام Public Sphere: وضعها Habermas عام 1989 حيث يري أن الشأن العام هو شبكة اتصالية من الشبكات القائمة في المجتمعات المدنية ترتبط ارتباطاً عميقاً بالحياة العامة أو الخبرات اليومية للأفراد، ويتحقق مفهوم الشأن العام عندما يتوجه الأفراد نحو ممارسة حقهم في المجتمع والاتصال والاشتراك في مناقشة قضاياهم العامة. وتفترض نظرية الشأن العام أربع سمات رئيسية تميز الاتصال وهي: القدرة علي الوصول إلي دائرة الاتصال، والحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة، وبنية المناقشة، وطرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية محددة، ويمكن توظيف هذه النظرية في دراسة أشكال التواصل عبر الشبكات الاجتماعية نظراً للسمات التفاعلية التى تتسم بها، والتي يمكن أن تقود إلي مزيد من دمقرطة المجتمع من خلال إمكانية الوصول غير المحدد للمعلومات والمشاركة المتساوية في المناقشات من خلال الديمقراطية الإلكترونية، ومعرفة إلى أى مدي يدعم الاتصال التفاعلي عبر شبكات التواصل الاجتماعي فكرة ساحات النقاش وتبادل الرأي والمعلومات حول مجمل القضايا السياسية[2].

ز- نظرية المشاركة الديمقراطية Theory participant Democratic: حيث تعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري، وتؤكد علي دور المستقبل الإعلامي في صناعة مادة الاتصال. وتؤسس حقوق المستقبل في الرد وإبداء الرأي وصناعة الموضوعات ومعبرة عن معني التحرر من الأنظمة المسيطرة [3].

1-Lu, Yu., Dou, Xue. & Kumar, Sonali (2011) Using Media Richness and Interactivity in Website Design: Promoting Physical Activity Among College Students "Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Boston.pp14-15.

2-Vincent, Cindy (2010) New Media in the Public Sphere: Public Sphere Formation in Spaces of Conflict "Paper presented at the annual meeting of the NCA 96th Annual Convention, San Francisco, pp20-21.

3- السيد بخيت (15-16 إبريل 2012) نحو صياغة مؤشرات تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الإجتماعي، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، بعنوان "الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية"، جامعة الملك سعود- الرياض، ص ص 8 – 10.

وتفترض عدة فروض تتواءم مع الأدوار والوظائف التي تحققها وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية وهي: حق المواطن في النفاذ والوصول إلي وسائل الإعلام واستخدامها طبقاً للاحتياجات التي يحددونها، وأن سبب وجود وسائل الإعلام في الأساس هو خدمة جمهورها، وأن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا يجب أن يكون خاضعاً للسيطرة المركزية القوية، وأن وسائل الإعلام التي تتسم بالتفاعل والمشاركة بتعاظم دورها في المجتمع الديمقراطي من الوسائل التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد[1].

ح- نظرية التلاقي أو الدمج Convergence Theory تعتبر هذه النظرية من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط للشبكات الاجتماعية، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات هنري جينكتر وجون بافليك وفريديريك كيتلر الذين يعدون حاليا من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة [2].

ويقدم جينكتر المفاهيم الرئيسة للنظرية وهي ثلاث [3].

- التلاقي أو الدمج Convergence
- والذكاء الجماعي Collective Intelligence
- ثقافة المشاركة Participatory Culture

والمقصود بالتلاقي هو التدفق المتداخل لمختلف أنواع المحتويات النصوص، الفيديوهات، الصور ... وكذا مختلف أنشطة الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات داخل الشبكات الاجتماعية المختلفة.

1-Sonia Livingstone, (2008) Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenager's Use of Social Networking Sites, for Intimacy and Self-expression, New Media & Society, 2008, Available at: http://nms.sagepub.com/cgi/content/tefs/10/3/393.
2-Roberte Samuels (2009) New media cultural studies, and critical theory. Palgrave McMilan. New York. P. 107.
3-Henry Jenkins (2006) Convergence Culture: Where old and new media collide. The New York University Press. New York. 2006. P. 241.

أما ثقافة المشاركة فهي أكثر من مجرد عملية تكنولوجية وإنما تتضمن أبعادا اجتماعية وسياسية. حيث تصبح الشبكات الاجتماعية بمثابة منتج يجري استهلاكه عبر عمليات تشاركية واسعة تتم وفقا لقواعد منتظمة قائمة بالأساس على التبادل الواعي والانتقائي للمواضيع من قبل الجماهير نفسها، ويشير جينكتر إلى أن هذا التفاعل الحثيث بين الجماهير هو ما يعطي الشبكات الاجتماعية قوة في مواجهة الإعلام التقليدي القائم على مركزية الانتقاء.

أما الذكاء الجماعي فهو قدرة المستخدمين للشبكات الاجتماعية على توجيه بعضهم لبعض والاتفاق على آراء معينة، ويتعلق بهذا المفهوم قدرة هذه الشبكات على تطبيق مفهوم التعبئة والحشد الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما سمي بـ "ثورات الربيع العربي"، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ط- نظرية الذات الثانية:Second self theory تفترض نظرية الذات الثانية لصاحبتها شيري توركل أن ثمة اعتمادا كبيرا للجمهور على الشبكات الاجتماعية ووسائطها المتعددة في مختلف مناحي الحياة، ويلجئون الى هذا الاستخدام المكثف لانها تشعرهم بحياه ثانية ذات نمط خاص من تخيلهم، بالتالى يتقمص المستخدم ذات ثانية، وتشير النظرية الى أن الناس يجدون في الشبكات الاجتماعية فضاءا لممارسة هويتهم بحرية أكبر بعيدا عن تلك التي يفرضها التفاعل في التواصل اليومي الفعلى، بالتالى نجحت الشبكات الاجتماعية فى تأسيس ذوات جديدة لدى مستخدميها، وتتميز الذات الثانية هنا بالإجتماعية والحرية[1].

ك- مدخل إدارة خصوصية الاتصال (Communication Privacy Management):

وتعتبر ساندرا بيترونيو من أوائل من صمم إطارا نظريا مفسرا لما يمكن إفشائه للآخرين وما يمكن أن نخفيه عنهم فى العملية الاتصالية،ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي تتطور هذا المدخل،وربط بين الاتصال عبر هذه الشبكات وحدود الخصوصية الفردية لكل عضو أو مشارك فى العلمية الاتصالية،حيث توجد معلومات خاصة متعلقة بالأفراد المستخدمين للشبكات الاجتماعية يمكن أن يفصحوا عنها بصدق أو قد يلجئوا الى التجهيل لعدة أسباب مختلفة، كما يشير مفهوم الخصوصية الاتصالية الى عدة أبعاد مثل الحدود

1-Sherry Turkle(2013) Is social networking making us lonely , Internet Computers in Human Behavior - Vol 32, Issue 3,p p 34-35.

الخاصة للمستخدم،والسمات الشخصية له، وهدفه فى استخدام الشبكات وإدراكه لإدارة التحكم والملكية لصفحته الشخصية على الشبكة،ومدى إفصاحه عن هويته الحقيقة دون إدعاءات كاذبة أو مجهولية[1].

وتشير دراسة: Fred Stutzman, Jacob Kramer-Duffield 2011 الى ان الشبكات الاجتماعية تعدّت على خصوصية الفرد وغيرت مفهوم الخصوصية للفرد، فبإمكان أي شخص أن يتعرف على الكثير من خصوصيات شخص آخر بمجرد تمضية دقائق في ملفه الشخصي[2].

وتقدم دراسة Petronio, S., & Reierson 2009حلا لمشكلة إختراق الخصوصية، وذلك من خلال التحكم فى إعدادات الخصوصية للعضو وإتاحة خاصية التحكم في عرض بعض محتويات الملف الشخصي لمجموعة معينة من الأشخاص وإضافة بعض القوانين المتعلقة بإمكانية وصول الآخرين لتلك المحتويات[3].

عاشراً: أهم الأطر المنهجية فى دراسات الشبكات الاجتماعية:

أ- مدخل تحليل الشبكات الاجتماعية:يعتبر أسلوب تحليل الشبكات الاجتماعية منهجية أكثر من كونه مدخل نظري، ويستهدف هذا التحليل فحص الأبنية الاجتماعية المعقدة والتي تسمح بتطبيقات واسعة، وتشمل علي الكثير من الرسوم البيانية، وتستخدم التقنيات الحسابية التي يتم من خلالها تحليل الأنماط العلائقية للعقد – التي تمثل المسجلين في الشبكات – والارتباطات أي الروابط مستندة إلي الحسابات الرياضية وتخرج هذه الحسابات بمقاييس للبناء الشبكي أو بارامترات تحدد خصائص النشاط الشبكي والأدوار الاجتماعية والمشاركات[4]. والغرض الأساسي للتحليل الشبكي يكمن في الكشف عن أنواع الروابط بين المسجلين، وتحديد المنافع والقيود والبناء الشبكي. بالإضافة إلي

1-Petronio, Sandra (2013). "Brief Status Report on Communication Privacy Management Theory". Journal of Family Communication, vol 21 , pp122-124.

2-Fred Stutzman, Jacob Kramer-Duffield (April 2010). "Friends Only: Examining a Privacy-Enhancing Behavior in Facebook,Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems,pp 1553-1562.

3-Petronio, S., & Reierson, J. (2009). Regulating the Privacy of Confidentiality: Grasping the Complexities through Communication Privacy Management Theory. Uncertainty, Information Management, and Disclosure Decisions: Theories and Applications , routledge - new york.pp 369–372..

4-Jennifer Rauch (2007) Activities as Interpretive Communities: Rituals of Consumption and Interaction in an Alternative Media Audience, Media, Culture & Society, Sage publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, Vol 29, (6), pp. 994 – 1013.

التركيز علي خصائص الشبكة، مع الأخذ في الاعتبار أن هذا التحليل الشبكي قد يسهم في بناء السيناريوهات التي تخرج بنتائجها من تحليل للارتباطات والعقد بين المجموعات[1].

ب- مدخل تحليلات البريد الإلكتروني: استخدمت تحليلات البريد الإلكتروني بشكل ملحوظ في الدراسات المرتبطة بالمجتمع الافتراضي، حيث يقوم الباحث باستئذان المجموعة أو القائمة البريدية التي يريد دراساتها ويقوم بجمع الرسائل البريدية التي تتم في إطار المجموعة التي يدرسها، ثم يتولي عملية تحليل هذه الرسائل. مع الأخذ في الاعتبار تحديد الفترة الزمنية التي يتم من خلالها جمع البريد الإلكتروني، وهناك تكنيكات علمية مستحدثة لتحليل رسائل البريد الإلكتروني والتى لم تعد مقتصرة على البريد الوارد الإلكتروني فقط بل تمتد لتشمل تحليل بريد الشبكات الاجتماعية والرسائل الخاصة للمستخدمين.

ج- المسوح الافتراضية: تعتمد المسوح الافتراضية علي حصر مواقع بذاتها، أو دراسة الأفراد داخل جماعة افتراضية معينة داخل البنية الشبكية. وتجدر الإشارة هنا أن فكرة العينة العشوائية أمر صعب في المسوح الافتراضية. لذلك تعتمد غالبا المسوح الافتراضية علي العينات العمدية في معظمها خاصة في ظل عدم توافر إطار لها[2].

ومن أشهر الأدوات المستخدمة في المسوح الافتراضية الاستبيان الإلكتروني وهو أداة لجمع البيانات من السياقات الافتراضية. والذي يصمم الباحث استمارته وتوضع علي أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، ويرسل الباحث الرابط إلي الأفراد عبر الشبكة أو بريدهم الإلكتروني، ثم يتولي المبحوث ردها إلي نفس الموقع أو البريد الإلكتروني الذي يحدده الباحث. ويفضل في الاستمارة المسحية علي الانترنت أن تكون جميع الأسئلة فيها مغلقة[3].

د- المنهج التاريخي والبحث عبر شبكة الانترنت: المنهج التاريخي ليس ابتكارا جديدا فى حد ذاته ولكن مع ظهور الشبكات الاجتماعية وتنامى الحاجة لتحليل مضمونها كظاهرة إعلامية جديدة ضمن الفضاءات الافتراضية، بدأ المنهج التاريخى يستخدم على نطاق واسع فى هذا الصدد.

1-Ellison, N.B., Steinsfield, C. & Lampe, C. (2007), The Benefits of Face Book Friends Social Capital and College Students, Use of On Line Social Networks Sties, Journal of Computer Mediated Communication, vol 12, iss 4, Article 1.pp66-67.

2-Paul Taylor (2009) Critical theory 2.0 and im/materiality: The bug in the machinic flows Interactions, Studies in Communication & Culture. Vol 1. No 1. PP 93-110.

3-Theo Rohle (2005) Power, reason and closure: Critical perspectives on new media theory. New Media & Siciety. Vol 7. No 3. P-P 409-412.

فنظرا للقدرة الفائقة للإنترنت والشبكات الاجتماعية على تخزين البيانات في شكل قواعد يمكن العودة إليها في أي وقت، أصبح من السهل ان يرجع الباحثون لمنشورات قديمة ومضامين او تعليقات سابقة لتحليلها بسهولة ومقارنتها بالحاضر، فمن السهل تحليل مضامين الارشيف الإلكتروني للمواقع بوجه عام ومواقع الشبكات الاجتماعية بوجه خاص من خلال تقنية Timeline والتى تحفظ المصادر وتسهل الوصول إليها في أي لحظة [1].

هـ - التحليل البنيوي للشبكات: سهلت تكنولوجيا الإعلام الجديد على الباحثين التعرف بسرعة فائقة على الكثير من البيانات المرتبطة بالممارسات عبر مختلف الوسائط، وذلك بفضل الحاسبات الرقمية المدمجة في مختلف المواقع الإلكترونية، والتي تسمح بتسجيل الكثير من الممارسات إحصائيا وتوفير قواعد بيانات جاهزة للاستثمار العلمي[2].

وفي مثل هذا الصدد، تبرز عبر شبكات التواصل الاجتماعي مقاييس عديدة أبرزها مؤشر حجم الشبكة (حساب عدد الأعضاء المعجبين)، مؤشر التفاعلية من خلال الإعجابات والمشاركات (هذه الخاصية متوفرة في الكثير من المواقع من خلال إتاحة فرصة المشاركة والتعليق).

وقد ظهر العديد من الخدمات الإلكترونية التى تسمح بتحليل مسارات التفاعلية على صفحات الشبكات الاجتماعية وتوفر إحصاءات محددة بذلك، كما ظهر مفهوم جديد يعرف بتفاعلات الجغرافيا الرقمية، والذى يوفر إحصاءات محددة بتوزيع مستخدمي الشبكة جغرافيا، وهذا الأمر متاح بفعل أنظمة تحديد المواقع بالأقمار الصناعية (جي بي أس)[3].

و- تحليل المضمون الكمي والكيفي: لا يختلف محتوى وسائط الإعلام الجديد عن التقليدي من حيث كونه مادة علمية قابلة للبحث والتحليل، وفي هذا الشأن يصلح منهج تحليل المحتوى لأن يكون الأداة المناسبة لذلك، غير أنه من الضروري إجراء بعض التعديلات على طريقة تطبيقه سواء من حيث حساب الترددات الكمية للمحتوى أو من

1-David Schloen & Sandra Schloen (2012) An online cultural and historical research environment,Winona Lake. Indiana. PP 6-7.
2-Tomasello, T.K. & Lee, Y., (2007) New Media Research Publication Trends and Outlets, Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, San Francisco, Available at: http://www.allacademic.com/meta/p17/1986-index.html.
3-Williams, D. (2006), On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online era, Journal of Computer Mediated Communication, 11 (2), Article 11. Pp52-54.

حيث تحليله الكيفي[1].

وفيما يخص الشق الأول المتعلق بالتحليل الكمي، فإن الباحثين يستخدمون تحليل المضمون في شكله التقليدي لما يتعلق الأمر ببعض أنواع المواد المتناقلة عبر الوسائط الجديدة على غرار الفيديوهات أو التسجيلات الصوتية، غير أن الميزة التقنية للإعلام الجديد حلت ما كان يمثل عقبة بالنسبة للبحوث التقليدية في دراسة النصوص، حيث من السهل جدا بواسطة محركات بحث ومقاييس إلكترونية معينة تحديد مدى تكرار كلمات معينة.

ويظهر في هذا الصدد برنامج خاص ابتكره الباحثان الأمريكيان "بوير" و"شارل" أطلقا عليه اسم (Web analyser) محلل الويب، وهو عبارة عن تطبيق ذكي يقدم حصيلة إحصائية حول مختلف المحتويات الجرافيكية المقدمة على الشبكات الاجتماعية المختلفة[2].

ز- المنهج الإثنوجرافي والدراسات الثقافية الإلكترونية (منهج النت-نوجرافيا):

يشكل المنهج الإثنوغرافي الدعامة المنهجية الأبرز في الوقت الحالي لتحليل الشبكات الاجتماعية من الناحية المتعلقة بتأثيراتها الاجتماعية والنفسية، وذلك راجع بالأساس إلى ميزته الفائقة في تجاوز الصعوبات المتعلقة بالسلامة الإحصائية التي تصر عليها المناهج الوضعية التي تعودت عليها أبحاث الإعلام التقليدي.

حيث يتجه هذا المنهج إلى البحث في الخصائص الكيفية لظاهرة الشبكات الاجتماعية ولا يولي أهمية كبيرة لتقديم هذه الخصائص في شكل بيانات كمية.

وبفضل الاستخدام الناجح للإثنوغرافيا في تحليل الشبكات الاجتماعية، فقد تم ابتكار تسميات مستحدثة لهذا المنهج في تعامله مع الوسائط الجديدة، حيث يستخدم "روبرت كوزينتز" مصطلح "النت- نوغرافيا"[3].

وهو مفهوم يجمع بين الإثنوغرافيا وتسمية الشبكة العنكبوتية، ويرى بأن هذا المنهج ذو فائدة عظيمة في تفسير العلاقات الموجودة داخل الجماعات التي تتكون عبر شبكة

1-Marguerite H Sullivan, 2008, Scaling a Changing Curve - Traditional Media Development and the New Media, A Report Presented to the The Center for International Media Assistance. National Endowment for Democracy, Washington DC, pp. 15– 16.
2-Inhwa Kim & Jasna Kuljis (2010) Applying content analysis to web-based content.Journal of Computing and Information Technology. Vol 18. No 4. P 371.
3-Robert Kozinets(2010) Netnography, Doing ethnographic research online. SagePublications. London.p8.

الانترنت وتوظيفها لخدمة الأهداف التسويقية بالدرجة الأولى.

ويقوم البحث الإثنوغرافي الافتراضي أو النت - نوغرافي، بحسب كوزينتز، على مقاربة بالمشاركة من قبل الباحث، حيث تتم الاستعانة هنا بمفهوم "الحقل" كما هو معتاد في البحوث الإثنوغرافية التقليدية، ويرى بأن الفضاء الافتراضي التفاعلي الذي تشكله وسائط الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية يصلح لأن يكون حقلا للدراسة[1].

ولعل أهم الإسهامات المنهجية في البحوث الإثنوغرافية تبرز من خلال تتبع كيفيات اكتساب اللغات الجديدة للتواصل مع الجماعات الافتراضية وتشكيل الهويات المتعددة التي شكلت الموضوع الأشهر في هذا السياق.

كما أن تطبيق منهج النت- نوغرافي باستخدام الملاحظة بالمشاركة يكون له فعالية ثمينة في بحوث الجندر والفروق الجنسية عن طريق الهوية عبر الشبكات الاجتماعية، والتعرف على تأثيرات هذه الشبكات على النوع الاجتماعى للمستخدم[2].

ومن تطبيقات منهج النت نوغرافيا أيضا استخدام دراسة الحالة الافتراضية داخل وسط الشبكات الاجتماعية، وتستهدف وحدة التحليل فيها الأفراد أو الجماعات، وتتم جميع المقابلات والاستجابات من خلال وسيط وهو الانترنت عبر أحد المواقع الشبكية لجمع معلومات عن الفرد أو الجماعة، وتستهدف الوصول إلي بيانات كيفية يمكن من خلالها تقديم وصف للجماعات والعقد الشبكية.

ح- تحليل الخطاب الإلكتروني (التحليل السيميائى): وهو نمط آخر من التحليل للشبكات الاجتماعية فيه نوع من التحديث بالمقارنة مع شكله التقليدي، ويتعلق هذا المنهج بتحليل مسارات البرهنة والأطر المرجعية والقوى الفاعلة فى تعليقات المستخدمين للشبكات الاجتماعية وكذلك معرفة الدلالات اللغوية للمعانى والالفاظ المستخدمة[3].

1- Gary Bowler: Netnography (2010) A Method Specifically Designed to Study Cultures and Communities Online. The Qualitative Report. Vol 15. No 5. P 1271.
2- Sonia Fizek & Monika Wasilewska(2013) Embodiment and gender identity in virtual worlds: Reconfiguring our volatile bodies. Winona Lake. Indiana. PP 75-98.
3-Mark Warschauer & Douglas Grimes (2007) Audience, authorship, and artifact: the emergent semiotics of web 2.0. Annual Review of Applied Linguistics. No 27.. P 3.

الفصل الثانى

الرأي العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية والعوامل المؤثرة فى تشكيله

- **أولاً:** مفهوم الرأى العام الإلكتروني Online Public Opinion
- **ثانيًا:** إشكالية تسمية الرأى العام عبر الفضاء الإلكتروني
- **ثالثاً:** مفاهيم ذات صلة بالرأى العام الإلكتروني
- **رابعاً:** مظاهر وآليات التحول من الرأى العام الواقعي الى الرأى العام الإلكتروني
- **خامساً:** أركان ومرتكزات الرأى العام الإلكتروني
- **سادساً:** خصائص وسمات الرأى العام الإلكتروني
- **سابعاً:** تقسيمات أنواع الرأى العام الإلكتروني
- **ثامناً:** وظائف الرأى العام الإلكتروني.
- **تاسعاً:** أدوات التعبير عن الرأى العام الإلكتروني.
- **عاشراً:** مظاهر التعبير عن الرأى العام الإلكتروني.
- **حادى عشر:** العوامل المؤثرة على تشكيل الرأى العام الإلكتروني
- **ثانى عشر:** الشبكات الاجتماعية والتعبئة الافتراضية للرأى العام
- **ثالث عشر:** قادة الرأى العام الإلكترونيCyber Public Opinion Leaders
- **رابع عشر:** مشكلات تواجه تشكيل الرأى العام الإلكتروني
- **خامس عشر:** الإيجابيات والسلبيات المتحققة من الرأي العام الإلكتروني
- **سادس عشر:** الأبعاد الأخلاقية والقانونية للتعبير عن الرأى فى الفضاء الإفتراضي
- **سابع عشر:** قياس الرأى العام الإلكتروني

تمهيد:

يُعد الرأي العام مؤشراً هاماً لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة من جهة، بالإضافة إلى دوره في تشكيل وتحديد توجهات المواقف الشعبية المختلفة نحو القضايا الداخلية والخارجية على حد سواء من جهة أخرى. ومن ثم أصبحت عملية معرفة توجهات الرأي العام ومدى قبولة أو رفضة لسياسة معينة تشغل صانعي القرار في مختلف دول العالم لما له من دور في تحقيق الشرعية والرضا عن النظام السياسي القائم ويُقلل من حدة العنف تجاهه.

وشهد الرأي العام وقياسة تطوراً هائلاً بسبب عدد من المُتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحته من فُرص التعبير عن الرأي بحرية ويكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الانترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات تتاح بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص بما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتيحيت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الإنتشار والتأثير عبر وسيلة اعلام سهلة ورخيصة وتم كسر احتكار الدولة أو النُخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام[1].

وشكلت شبكة الانترنت أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان والثقافات واللغات والفئات العمرية المُختلفة والمهن دون تمييز. وكانت بداية هذا الدور قد ظهر منذ منتصف التسعينيات في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المُتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت وانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

كما عملت شبكة الانترنت على إعاده تنشيط المجال المدني وتوسيع نطاق الحياة المدنية وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه وسرعته وتحديه للحدود الجغرافية، وكذلك عمل الانترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفين في توفير فرص للتفاعل والإتصال فيما بينهم حول المجال السياسي العام وعملية صناعه القرار[2].

1-Nisbet, erik., stoycheff, elizabeth. And pearce, katy.(2014) "demanding democracy online: internet use and citizen attitudes about democracy" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, p3.
2-burns, padraic. (2006) "the global internet: utopia, democracy, and the digital divide" paper presented at the annual meeting of the american sociological association, montreal, quebec, canada, p4.

وأصبحت شبكة الانترنت أداه للتعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة، وأتاح الانترنت من خلال عملية استطلاعات الرأي والمشاركة في الإنتخابات للعديد من المستخدمين أن يعبروا عن أرائهم بشكل منتظم، وقد عمل على اتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار وعمل على سد الفجوة بين المواطنين ومن يمثلونهم في المجالس النيابية(1).

وقد أدت الابتكارات التكنولوجية إلى نشوء أشكال جديدةمن وسائل الإعلام مُترافقة مع نماذج جديدة لتوزيع المعلومات واستهلاكها واستخدامها. كما تم تخطي الخطوط التقليدية الفاصلة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية مع اكتسابالمواطنين إمكانية الوصول إلى منابر جديدة يُعربون من خلالها عن آرائهم وأفكارهمالخاصة، ويتجاوزون بذلك المؤسسات الإعلامية الكبرى والحكومات التي ظلت لمدى طويلصاحبة القرار النهائي في ما يتعلق بتحديد المعلومات التي يتم نشرها(2).

أولًا: مفهوم الرأى العام الإلكتروني Online Public Opinion:

يمكن توصيف الرأي العام الإلكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يُعبر عن أكبر شريحة مُمكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الانترنت.

ويمكن إجمال بعض مفاهيم الرأى العام الإلكتروني فيما يلي:

وهو الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمى الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأى فى الواقع الافتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة ازاء موقف من المواقف او تصرف من التصرفات، او مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم او تتعلق بمصالحهم المشتركة(3).

1-yuqiong zhou & patricia moy (2007) parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage, journal of communication,vol 57,p79.

2- عادل عبدالصادق (مارس 2011) الفضاءالالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والادوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجة، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، القاهرة، ص ص 12، 13.

3-wu, shiwen. And liu, na. (2013) "contentious discourse and dynamic frames: the interplay among online public opinion, media report, and government discourse in public event" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, washington,p2.

1- وهو محصلة الاراء والاحكام السائدة في المجتمع الافتراضي نحو قضية ذات طابع جدلى[1].

2- الرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المُتخيل هو كل (فكرة - اقتراح - رأي – مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تُدافع عن أيديولوجية بعينها أو تنبُع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال الانترنت لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، وفي هذه الحالة فالرأي العام الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش[2].

3- هو إبداء الرأى نحو مختلف القضايا عبر منصات الجيل الثانى للويب والتى اتاحت عملية إنتاج المحتوى والتفاعلية الإلكترونية بين المستخدمين[3].

4- هو الرأي السائد بين اغلبية مستخدمى الانترنت والمعلن عبر صفحات التعبير عن الرأى في فترة معينة بالنسبة لقضية أو اكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش. وتمس مصالح هذه الاغلبية او قيمها الانسانية الاساسية مساً مباشرا[4].

5- هو حصيلة النقاشات المعبرة عن كل الشرائح التي تملك الانترنت أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش[5].

1-roessler, patrick. And schulz, anne. (2012) "the spiral of silence and the internet: selection of online content and the perception of the public opinion climate in computer-mediated communication environments" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, p4.

2- عادل عبد الصادق (مارس 2011)، مرجع سابق، ص 14

3-juliane urban , kristin bulkow (2013) tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , applications of social network analysis conference ,vol 100, p113.

4-daniel lemin (2010) public opinion in the social media era: toward a new understanding of the spiral of silence , unpublished master's thesis , the faculty in communication and leadership studies , school of professional studies , gonzaga university ,p 10.

5-kim, kyungmo., baek, young min. And kim, narae. (2014) "online news diffusion dynamics and public opinion formation: a case study of ‘controversy over judge’s personal opinion expression on sns’ in korea" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington, p2.

6- هو خريطة، تعكس محصلة التدافع بين وجهات نظر الجماعات المختلفة؛ الناشطة أونلاين؛ عبر مختلف منصات التعبير عن الرأي؛ حيال قضية أو قرار أو حدث يمس مصلحة حيوية أو أكثر من مصالح هذه الجماعات[1].

7- عبارة عن مجموع أو نسبة آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الإلكترونية في زمن محدد تجاه قضية أو موضوع معين تعرضوا له وبادروا إلى الكشف عن رأيهم بشأنه سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار[2].

8- هو مجموع آراء الأفراد على شبكة الانترنت نحو قضية ما، مما يحتم على الحكومات متابعة وتحليل اتجاهات الرأى العام الإلكتروني، لمساعدتها على رسم السياسات وإتخاذ القرارات بما يتوائم مع الرأى العام الإلكتروني، والذى يعتبر قوة سياسية لا يستهان بها[3].

ويرتبط تكوين الرأي العام الإلكتروني بمُتغيرين أساسيين هما مستوى التعليم ومدى تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الانترنت المتوفرة، ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية، مثل مدى توافر ثقافة التعامل مع الانترنت والوسائط التكنولوجية الحديثة، ومستوى التعليم للمستخدم، أما المُتغير الثاني فيرتبط بمدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تُقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الانترنت أو بصفة عامة الأماكن المُتاحة للجماهير التي تُقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة)[4].

1- وسام فؤاد (يوليو-2012) ماهية الرأى العام الافتراضي: متاح على:
http://hot-internet.blogspot.com/2012/10/blog-post.html

2- متعب بن شديد بن محمد الهماش (2007) الرأى العام الالكتروني، مجلة الأمن والحياة - العدد 304 سبتمبر/أكتوبر2007، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، ص 48.

3-Shi Feng , Daling Wang &others (2010) Summarizing and Extracting Online Public Opinion from Blog Search Results, the series Lecture Notes in Computer Science ,Vol 5981 , pp 476-477.

4- مراد بن علي زريقات (02-04/06/2008) تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، كلية الملك فهد الأمنية - مركز البحوث والدراسات، ندوة الجرائم الإلكترونية الملامح والأبعاد، متاح على:
http://www.murad-zuriekat.com/articles17.html

وبالنسبة للمفهوم المقترح من قبل الباحث فيمكن بلورته فيما يلي:

الرأى العام الإلكتروني هو الرأى المتاح بالفضاء العام عبر وسائل الإعلام الجديد المختلفة قد يكون موجودا بمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات ومواقع تشارك الفيديو والوسائط المتعددة أو على ساحات المنتديات أو عبر غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني أو مواقع العرائض الإلكترونية، أو المساحات المتاحة لتعليقات المستخدمين والقراء، وأيضا عبر رسائل الموبايل وتطبيقاته المختلفة ويعتبر محصلة الآراء الشخصية تجاه حدث أو قضية جدلية فى وقت محدد، وبالتالى لا يمكن إختزاله فى رأى الأغلبية نظرا لأن رأى الاقلية قد يعلو صوته فى المجال العام الافتراضى ويكسر دوامة الصمت.

ثانيًا: إشكالية تسمية الرأى العام عبر الفضاء الإلكتروني

Cyberspace Public Opinion on

أطلقت دراسة Cowls, Josh (2014) عدة مسميات مترادفة للرأى العام الإلكتروني وهى صوت الشعب الإلكتروني Vox PopuliOnline، والمزاج القومى الإلكتروني National Mood Online[(1)].

ويرى الباحث أن هناك إشكالية فى تسمية الرأى العام عبر الانترنت، حيث ذهب بعض الباحثين الى تسميته بالرأى العام الافتراضي Virtual Public Opinion وذهب آخرون لتسميته بالرأى العام الإلكتروني Online Public Opinion، ولكن يميل الباحث للتسمية الثانية "الرأى العام الإلكتروني" **وذلك لعدة مبررات وهى:**

1- أن الرأى العام الإلكتروني لا يقتصر على الجيل الافتراضي للويب (الجيل الثالث) والذى يرتبط بتقنية العوالم الافتراضية والألعاب الإلكترونية التى تستخدم الشخصيات الافتراضية (الأفاتار – Avatar) ولكن يمتد ليشمل الاجيال الخمسة للويب، بالتالى مسمى الرأى العام الافتراضي يحصره فى بوتقة ضيقة لا تشمل الجيل الاول الاستاتيكي للويب المعتمد على المواقع الإلكترونية البسيطة، ولا تشمل الجيل الثانى للويب المرتبط بالشبكات

1-cowls, josh (2014) ‘the crowd in the cloud? Three challenges for gauging public opinion online.’ paper presented at: crowdsourcing for politics and policy, the internet, politics and policy conference, oxford, uk. P2.

الاجتماعية والتى تمثل ثورة فى عالم التفاعلية، ولا تشمل الجيل الرابع المرتبط بالهواتف الذكية والدمج بينها وبين الشبكات الاجتماعية ولا الجيل الخامس للويب والذى يهتم برصد التفاعلات العاطفية للمستخدمين(*).

2- إن الرأى العام الإلكتروني يعتمد على الوسائط التكنولوجية الإلكترونية، فعملية إبداء الرأى عبر الفضاء الإلكتروني تتضمن كل الوسائل التكنولوجية الحديثة التى ظهرت مثل الكمبيوتر الشخصي – الكمبيوتر المحمول (اللاب توب) الكمبيوتر اللوحي (التابلت) المحمول (الموبايل)، الاجهزة النصف لوحية (الفابلت) وغيرها.. بالتالى ارتبطت عملية التعبير عن الرأى بالوسائل الإلكترونية الحديثة، ومن ثم أصبحت التسمية ذات دلالة قريبة للمفهوم.

كل الدراسات التى اطلع عليها الباحث أسمته بالرأى العام الاكتروني عدا دراسة عربية وحيدة أسمته بالرأى العام الافتراضي(**).

ثالثًا: مفاهيم ذات صلة بالرأى العام الإلكتروني:

1- مفهوم الديمقراطية الافتراضية Virtual democracy

2- مفهوم المواطنة الافتراضية Virtual citizenship

3- مفهوم صدى الغرفة Echo chamber

4- مفهوم المزاج العام الإلكتروني Online public mood

5- مفهوم حارس البوابة فى الشبكات الاجتماعيةNetwork gatekeeper

6- مفهوم تحدى الصمت The Challenge of Silence

7- مفهوم الخروج عن الأجندة (كسر الأولويات) The Agenda Cutting

8- مفهوم النشاط الإلكتروني Cyberactivism

9- السخرية السياسية عبر الشبكات الاجتماعية Political Sarcasm

---

*- للإستزادة أنظر: ثريا البدوى (2015) مستخدم الانترنت قراءة فى نظريات الإعلام الجديد ومناهجه، ط1، عالم الكتب، القاهرة.

**- الدراسة هى: وسام فؤاد (يوليو-2012) ماهية الرأى العام الافتراضي: متاح على:
http://hot-internet.blogspot.com/2012/10/blog-post.html

1- مفهوم الديمقراطية الافتراضية: ينتمي مفهوم "الديمقراطية الافتراضية" إلى العصر الرقمي، من خلال اندماج تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في العمل السياسي كأدوات وطرق عمل جديدة في ممارسة الديمقراطية حيث يعني مفهوم "الديمقراطية الافتراضية" بأنه محاولة لممارسة الديمقراطية بتجاوز حدود المكان والزمان والظروف المادية الأخرى عن طريق استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات" ممارسة الديمقراطية تكنولوجيا"[1].

وكان من أبرز انعكاسات الثورة التكنولوجية على العملية الديمقراطية هو العودة بمفهوم الديمقراطية إلى طابعه المباشر لتصبح الديمقراطية الافتراضية صورة حقيقية للديمقراطية المباشرة، حيث يستطيع المواطن أن يمارسها بدون الحاجة إلى وسطاء في العملية السياسية[2].

وظهرت الحكومات الإلكترونية والتي تركز على تعامل مباشر مع المواطن للاستفادة من خدماتها الحكومية، بل أصبح للأفراد دور مؤثر عبر استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في ممارسة الضغط على الحكومة والتأثير على الرأي العام وصانعي القرار، وأصبح هناك علاقة ندية بين الفرد والنخبة السياسية والتي تغير دورها بعدما كانت من العوامل المؤثرة على الرأي العام والمحتكرة لصناعة القرار السياسي[3].

وجاءت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وارتباطها بالسياسة والإدارة العامة لتدشن علاقة متبادلة بين الإنسان والتكنولوجيا والمؤسسات السياسية والتغير الاجتماعي فيما يمكن إن يطلق علية "نظام ممارسة الديمقراطية الكترونيا"[4].

وبمعنى آخر لقد أحدث العصر الرقمي تغييرا جذريا في المجال العام من حيث الكم والكيف، حيث غيرت أدوات ووسائل وآليات الاعلام الجديد ولاسيما الشبكات الاجتماعية ديناميكيات الاتصال والتواصل السياسيين، وصارت الديمقراطية كمفهوم وممارسة في ظل العصر الرقمي

1- berry, frances., lee, chung-pin. And chang, kaiju.(2010) "understanding the adoption, use and development of e-government and e-democracy by national governments: a global perspective" paper presented at the annual meeting of the mpsa annual national conference, chicago,p2.

2- w. Lance bennett; victor w. Pickard; david p. Iozzi; carl l. Schroeder; taso (2010) managing the public sphere: journalistic construction of the great globalization ,journal of communication , vol 61,no 3 , p437.

3- butler, kathleen.(2012)" social capital and democracy in the emerging cyber age "paperpresented at the annual meeting of the southern political scienceassociation, new orleans, louisiana ،pp8-9.

4- فرج محمد لامة (2014) الديمقراطية الرقمية:الفرص والتحديات، المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 3، 4.

"ترتبط بتطور أساليب ممارسة الحقوق السياسية مثل حق الاقتراع "التصويت الإلكتروني"، أو إدارة العملية السياسية " الحملات الانتخابية الإلكترونية " أو التواصل بين المواطن والإدارة العامة " الحكومة الإلكترونية "، لكن الأهم هو إسباغ الطابع التفاعلي والمستمر والموسع مثل الجدل السياسي عبر الشبكات الاجتماعية بين المستخدمين[1] Online debating.

وتتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها تطبيق معالم الديمقراطية الافتراضية المتمثلة فى شقين التمكين من التعبير عن الرأى بحرية، وإتاحة التعرض لوجهات نظر سياسية آخرى، ولكن على الجانب الاخر لها سلبيات متعلقة بنشر نظام إعلامى تحت الطلب أو ما وصفه Pariser بشخصنة أنماط استهلاك الأخبار والمعلومات Personalization، وتعنى تعدد المرشحات التى تمر بها المعلومات من خلال إنتقاء نوعيات معينة للتعرض لها عبر أدوات البحث والتصفح التى تتيح للمستخدم التعرض لما يحتاجه فقط، وهذا يتعارض مع فكرة الديمقراطية والتى أساسها هو التعرض للمعلومات والأفكار المختلفة، بالتالى يعيش المستخدم داخل فقاعة خاصة Filter bubble ينعزل بها عن وجهات النظر الاخرى ويظل يردد أفكار وآراء متشابهة، ويعتقد أن الرأى الإلكتروني السائد هو ذلك الرأى المنسجم مع رأيه وآراء قبيلته الرقمية Digital tribe المتفقة معه فى الرأى[2].

ومن مظاهر الديمقراطية الافتراضية عبر الشبكات الاجتماعية إمكانية الإطلاع على مختلف الآراء المتاحة حول موضوعات سياسية معينة وإمكانية تحرير وكتابة الرأى بأكثر من وسيلة ووسيط، وإمكانية الحصول على المعلومات أثناء الأزمات وتصاعد الأحداث بسهولة[3].

وأتاحت الديمقراطية الافتراضية تحقيق مفهوم التشاور السياسي الافتراضي والذى يعرف بأنه عملية تواصلية افتراضية تعتمد على الحوار والنقاش وطرح الحجج والأسباب واستخدام أساليب الاقناع للوصول الى صيغة إرضائية وتعتبر الشبكات الاجتماعية ساحة متميزة تتيح لمستخدميها التشاور فى القضايا السياسية[4].

1- jacobs, r. N. And townsley, e. , 2009 "media and opinion formation in the public sphere: a new theory of deliberative politics" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, san francisco, pp8-9.
2-eli,pariser (2001) the filter bubble:what the internet is hiding from you. Kindle edition , new york, p37-39.
3- أحمد محمد حسن رفاعي (2014) العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي واكتسابهم بعض القيم السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ص 297.
4-آمال كمال (2012) علاقة مواقع الشبكات الاجتماعية بالمشاركة السياسية فى الانتخابات البرلمانية المصرية 2012/2011 بالتطبيق على موقع facebook دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 42، ص ص 11- 12.

وتشير نتائج دراسة (Hui Chen,Maihemuti Sali 2010)[1] ان الشبكات الاجتماعية مكنت الإيرانيين من تحقيق المشاركة السياسية للمواطنCitizen Engagement، وساهمت فى تحقيق الشفافية فى الطرح الإعلامى والمعالجة Increase Transparency، كما شجعت المستخدم على الممارسات الديمقراطية والفاعلية السياسية Encourage Democratic Practice، كما وفرت للجميع نفس الفرص المتساوية لعرض الرأى والتحاور كنوع من المساوة السياسيةPolitical Equality.

وتعكس مشاركات المستخدمين في المواقع الاجتماعية التفاعلية مدى التفاف المستخدمين حول فكرة معينة، وبعد الإنضمام لمجموعات عبر المواقع الاجتماعية التفاعلية قياساً للرأي العام حول أفكار تلك المجموعة، وذلك يظهر مدى ادراك المستخدم للتقنيات الإلكترونية التي توفرها الشبكات الاجتماعية، كما يوضح قدرة المستخدم على استغلال هذا المجال الافتراضي في إثارة القضايا التي تثير اهتمامهم، وممارسة الديمقراطية الإفتراضية[2].

2- مفهوم المواطنة الافتراضية: يوجد فرق بين الوطنية والمواطنة، فالوطنية تأتي بمعنى حب الوطن Patriotism وحصيلة المشاعر والحب والارتباط بالوطن وما ينبثق عنها من استجابات عاطفية وتضحيات إنسانية، ويمكن تعريفها بأنها الانتماء والارتباط بالوطن Belongingness, أما المواطنة Citizenship فهى صفة المواطن والتي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية، وهى تعنى أيضا ولاء المواطن لوطنه وخدمته في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسساتي والفردي الرسمي والتطوعي لتحقيق الأهداف التي يصبو لها الجميع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع الموازنات[3].

1- hui chen , maihemuti sali (2010) a qualitative study of iranian facebook users' perceptions of using facebook in iran's eparticipation activities, unpublished master thesis, swedish business school ,örebro university, p11.

2- طاهر حسن أبو زيد (سبتمبر 2012) دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية) رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الأزهر – غزة، ص 142.

3- xenos, nicholas" .unlovable patriotism: on love, nationality, and patriotism in j. S. Mill "**paper presented at the annual meeting of the wpsa annual meeting "ideas ، interests and institutions**" , canada, p5.

وللمواطنة ثلاث أبعاد أساسية[1]:

أ- البعد الفلسفي والقيمي: مادامت المواطنة هي انتاج ثقافي انساني أي ليس انتاجا طبيعيا، فهي تنطلق من مرجعية فلسفية وقيمية تمنح دلالاتها من مفاهيم الحرية، والعدل، والحق، والخير، والمصير والوجود المشترك وغيرها.

ب- البعد السياسي والقانوني: حيث تحدد المواطنة مجموعة من القواعد والمعايير التنظيمية والسلوكية والعلائقية داخل المجتمع؛ مثل التمتع بحقوق وواجبات متساوية بين الجميع، وكالحق في المشاركة السياسية واتخاد القرارات وتحمل المسؤوليات، وكالحق في حرية التعبير وحرية الاعتقاد، والحق في المساواة وتكافؤ الفرص.

ج- البعد الاجتماعي والثقافي: وهو كون المواطنة محدد هام لمنظومة السلوكيات والعلاقات والقيم الاجتماعية، بحيث تصبح المواطنة كمرجعية معيارية وقيمية اجتماعية، وكثقافة ونظام مجتمعي.

وقد أثرت المجتمعات الافتراضية على المفهوم الكلاسيكي للمواطنة ويمكن رصد ملامح التأثير فى النقاط التالية[2]:

- ظهور مفهوم المواطنة الافتراضية والتى يزاولها المستخدمون للمجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية كحالة من التعايش الافتراضى مع بعضهم لبعض بقوانين معينة يلتزم بها المستخدمين وبحقوق وواجبات متبادلة ومشتركة.

- إن النمو فى إنتشار المجتمعات الافتراضية والشبكات الاجتماعية قد يؤدى الى زيادة تأثير اللغة الانجليزية على مختلف شعوب العالم بإعتبارها اللغة العالمية الاولى.

1-Williams, daniel (2010) " citizenship without nationhood? Second generation immigrants' narratives of citizenship in contemporary germany "**paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting** ‹atlanta‹ p6.

2- حنان مراد، حنان مالكي (2014) أثرالانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة(دراسة استكشافية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص ص 546، 547.

- تؤدى زيادة حجم التجارة الإلكترونية والانشطة التسويقية عبر المجتمعات الافتراضية الى توحيد المقاييس الاقتصادية وإنتشار مفهوم عولمة الأسواق.

- إن إختراق المجتمعات الافتراضية للحدود الجغرافية ولسيادة الدول قد يؤدى الى توحيد المقاييس السياسية والعلاقات الثقافية بين المجتمعات، وقد يسهم ذلك فى نشر مفهوم المواطنة العالمية.

- ان وجود ثقافات مختلفة داخل المجتمعات الافتراضية قد يعمل على بناء علاقات ثقافية ويعمق من الحوار أكثر من الصدام.

ومن ثم ظهر نوع جديد من الثقافة مبنى على المشاركة عبر الفضاءات الافتراضية participatory culture، وقد أسهم هذا النوع فى تحويل المواطنة الفعلية الى مواطنة أفتراضية عبر إندماج المشاركين فى الفضاء الافتراضي بغض النظر عن جنسياتهم وأماكنهم[1].

وأوضحت دراسة ثريا البدوى أن المنتديات النقاشية أصبحت وطنا أفتراضيا للنوبيين بديلا عن وطنهم الواقعي أستطاعوا من خلاله تعزيز الحق فى حرية التغبير والرأى دون تمييز او إقصاء لهم وتدعيم مقومات الهوية النوبية ودعم المواطنة الافتراضية والاحساس بالانتماء وتصحيح الصورة الاعلامية المشوهة عنهم، كما اتاحت لهم الفيام بأفعال تصحيحة لأوضاعهم وقضيتهم النوبية وإتخاذ مبادرات واقعية لنيل حقوقهم[2].

وبالتالى يشعر مواطنو الشبكات الاجتماعية بنوع من الإنتماء الافتراضى Affiliation والانتساب والارتباط العاطفي والوجداني والفكري والسلوكي، ويقصد بالانتماء الافتراضي بأنه إحساس وشعور وإدراك نفسي واجتماعي من جانب المستخدم بأنه جزء من فضاءه الافتراضى، يحبه ويتعلق به ويكن له بالولاء[3].

1- marichal nack, jose.(2013) "citizenship online: digital obligation or digital rights?" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, new york, p4.

2- ثريا أحمد البدوي (2010) الشبكات الاجتماعية وتعزيز المواطنة الاقليات النوبية فى مصر رؤية أتنوجرافية إفتراضية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 35، يناير يوليه 2010، ص 45.

3- luman yong, daniel sachau, andrea lassiter (2011) developing a measure of virtual community citizenship behavior. **knowledge management & e-learning: an international journal**, vol.3, no.4. P686.

ويشمل مفهوم الانتماء الافتراضي عدة أبعاد[1]:

الولاء: ويقصد به قدر الإنغماس الافتراضي مع الاعضاء الاخرين بالمجتمع الافتراضى ودرجة الإندماج معهم والولاء للمبادئ العامة التى تجمعهم.

المشاركة الفاعلة: ويقصد بها المجهودات المبذولة داخل المجتمع الافتراضي للوصول لأهداف معينة يسعى أعضاء المجتمع الافتراضى لتحقيقها.

الحماية: أى الدفاع عنه من الهجمات الخارجية والتى قد تكون تقارير لغلق صفحة معنية تنادى بمطالب محددة، او الدفاع عن أمن المعلومات الإلكترونية لمجموعة معينة.

العدل والمساواة: بحيث تتاح نفس الفرص المتساوية للجميع فى إبداء الرأى مع مراعاة الفروق الفردية، والحرية الشخصية في التعبير عن الرأي في إطار النظام العام للمجتمع الافتراضي، وشعور المستخدم بالحاجة إلى التفاهم والتعاون مع الغير، ورغبته بأن تتاح له الفرصة للنقد.

ومن هنا يمكن **تعريف مفهوم المواطنة الافتراضية** بأنها قيم السلوك التي تعتد باستخدام التكنولوجيا، ومن أشكال هذا السلوك الإتصالى التبادل الإلكتروني للمعلومات، والمشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع الافتراضي، أى تشمل كل الانشطة التى تتم عبر الانترنت بمجرد كتابة الرأى والتصويت الإلكتروني حتى عمليات البيع والشراء الإلكتروني[2].

وتعرف أيضا بأنها القدرة على المشاركة الفعالة في المجتمع عبر شبكة الانترنت كما أن المواطن الرقمي هو المواطن الذي يستخدم الانترنت بشكل منتظم وفعال[3].

1- محمد المري محمد إسماعيل (2014) الانتماء الوطني لدى مستخدمي بعض شبكات التواصل الاجتماعي من معلمي مدارس التعليم العام في مصر، **المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 5، 7.

2 -duffy, margaret., thorson, esther. And shim, jae.(2006) "citizenship and use of traditional and new media for information and entertainment" **paper presented at the annual meeting of the international communication association, dresden international congress centre**, dresden, germany, p3.

3- bee, cristiano. And chrona, stavroula.(2014) "enhancing new forms of active citizenship via social media platforms: the case of gezi park movement in turkey" **paper presented at the annual meeting of the annual scientific meeting of the international society of political psychology**, rome, italy,p4.

وهى ممارسة الحقوق السياسية والمدنية والاجتماعية عبر الانترنت من خلال ممارسات قائمة على المشاركة فى مستويات متباينة محلية وقومية وعابرة للقوميات وتتميز هذه المشاركة بالاندماج الاجتماعى دون إستبعاد أو تهميش فالجميع لديه نفس الفرص المتساوية فى المشاركة الافتراضية(1).

وتشير المواطنة الافتراضية الى إنغماس المواطنين فى الشأن العام عبر الفضاء الافتراضي وتشتمل على العديد من الانشطة السياسية والغير سياسية ومن أشكالها التصويت والعمل فى الحملات الانتخابية للأحزاب السياسية والمساهمة فى تحقيق الاهداف السياسية ودعم المرشحين وحضور اللقاءات الافتراضية والمشاركة فى المظاهرات والاستفتاءات الإلكترونية (2).

وبالتالي فالمواطنة الافتراضية تقوم في الأساس على تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تأسيس علاقات "مواطنية" جديدة تسبح في عالم افتراضي يتيح للفرد فرص أرحب للمشاركة والتعبير عن هويته وأفكاره بدون حدود أو قيود وتكوين علاقات فكرية في إطار مجموعات افتراضية يمكن أن تختزل وتخترق حدود الزمان والمكان أو ما عبر عنه البعض بنهاية الجغرافيا ونهاية الدولة وبزوغ مفهوم الدولة الافتراضية(3).

وهناك بعض الدراسات التى ربطت مفهوم المواطنة الافتراضية بالمشاركة السياسية عبر الانترنت، **وتنظر هذه الدراسات للعلاقة بين الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية من وجهات نظر مختلفة:**

وجهة النظر الأولى: تعترف بالدور الفاعل للشبكات الاجتماعية في تعزيز المشاركة السياسية بإعتبار أن وسائل الإعلام هي أداة رئيسية فى عملية المشاركة السياسية بصفة خاصة، و التنمية السياسية بصفة عامة(4).

1- على عبد الرازق جلبي (مارس 2013) الاندماج الاجتماعي والمواطنة النشطة مصر بعد ثورة 25 يناير نموذجا، المؤتمر السنوى الثانى للعلوم الاجتماعية والانسانية، المركز العربى للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، ص 10.

2- شيماء ذو الفقار (2011) دور وسائل الاعلام الاجتماعية فى التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العد 3، يناير – يونيه 2011، ص 329.

3 - عبد المجيد خليفة الكوت (2014) المواطنة الرقمية :التجليات والتحديات، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر، ص6.

4- Johnson, malynnda. (2009) "the e generation: an examination of how coordinated internet technologies are reshaping political engagement" **paper presented at the annual meeting of the nca 95th annual convention,** chicago,p18.

وجهة النظر الثانية: تنظر بنظرة سلبية لدور الشبكات الاجتماعية في عملية التغيير السياسي ودعم المشاركة السياسية من منطلق عدم وجود علاقة إيجابية واضحة بين زيادة فاعلية المشاركة السياسية ووسائل الإعلام الجديد، أو التقليل من أهمية دور الاعلام الجديد فى المشاركة السياسية(1).

وجهة النظر الثالثة: تنظر إلى طبيعة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية و المشاركة السياسية من زاوية اعتدالية تعطي للإعلام أدوارا محددة في عملية الفاعلية السياسية(2).

ومن ثم تعتبر عملية تداول وجهات النظر المتعددة والأصوات المختلفة عبر الشبكات الاجتماعية نوع من الممارسة الفعلية للمواطنة مثل المشاركة والنقد والانتخاب الإلكتروني، حيث تكمن قوة الشبكات الاجتماعية فى قدرتها للتواصل مع شرائح المجتمع المختلفة فهو أداة فاعلة لتنمية وعي المواطنين بالقضايا اليومية وتعزيز إلمامهم بالتحديات والمتغيرات وسبل التكيف معها(3).

بالتالى فتحت الشبكات الاجتماعية المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت وتمكنت هذه الشبكات من تغيير مجريات الواقع عبر ممارسة المواطنة الافتراضية، كمجال افتراضى لتعزيز وتبادل قيم ومفاهيم وقناعات مشتركة بين المستخدمين(4).

ففي ظل التوترات التي تعانيها الدولة القومية، وتقلص الحقوق السياسية وعدم مصداقيتها – إلى حد ما – في السياقات الواقعية، يصبح المجتمع الافتراضي مجالا لممارسة حقوق المواطنة والمطالبة بالحقوق السياسية، كما يصبح مجالا للتوعية بحقوق الإنسان

1- yang, junghwan., hebert, nathan., yang, chia-chen., kwon, minwoo. And hartwig, stephanie.(2011) "are we signing in or logging off?: the effect of information and entertainment-seeking internet use on civic engagement and the role of psychological well being and political talk" **paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication,** st. Louis,p20.

2-chadwick, andrew. (2009)"the internet and democratic engagement: granularity, informational exuberance, and political learning" **paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting**, san francisco,p22.

3- nisbet, erik., stoycheff, elizabeth. And pearce, katy.(2014) "demanding democracy online: internet use and citizen attitudes about democracy" **paper presented at the annual meeting of the international communication association**, phoenix,p14.

4- فرج محمد لامة (2014) الديمقراطية الرقمية: الفرص والتحديات، **المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 9، 10.

وتعزيزها والدفاع عنها وحمايتها حيث تؤسس الثورة الرقمية الأوعية المناسبة والسريعة للممارسة الفعلية لحق الوصول إلى المعلومات الذي كفلته معظم الإعلانات والاتفاقيات الدولية، و"تشكل الانترنت منفعة عامة وفد أصبحت ضرورية من اجل الممارسة الفاعلة والتمتع الفاعل بالحق في حرية التعبير"[1].

كما يمكن القول بأن الشبكات الاجتماعية سلاح ذو حدين قد يعزز قيم المواطنة كما هو الحال في الدول الديمقراطية المستقرة التي تصون حرية التعبير وسيادة القانون، أو يعزز الفرقة والإنقسام بين أبناء الوطن الواحد كما هو الحال في ليبيا والعراق على سبيل المثال، كل مليشية ومدينة وقبيلة وطائفة تمتلك فضائيات خاصة تؤجج نار الفتنة والكراهية، ناهيك عن إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي لتكريس الفرقة بينهما[2].

وللمواطنة الافتراضية نوعين[3].

المواطنة المقننة:وهى ترتبط باستخدام المواقع المقننة مثل بوابات الحكومة الإلكترونية ومواقع الوزارات الجامعات والجمعيات و غيرها، والتي في الغالب تقع ضمن النطاقات التالية (GOV,EDU,ORG) هذه المواقع تحكمها ضوابط وتعليمات وحتى شروطا للتجول فيها، مثل اسم المستفيد وكلمة السر أو بيانات الاشتراك بالموقع .

وتتمكن هذه المواقع من التحكم بسلوكيات المستخدم، كما يمكنها من خلال برامج الحماية من احتواء الفيروسات والقرصنة قدر الإمكان.

المواطنة الحرة: التي تمكّن المستخدم من التجول في مواقع الانترنت بحرية وبدون شروط وقيود، وقد عملت تكنولوجيا التواصل الإجتماعي على مساندة هذا النوع من

1- kang, jeong-han., shin, jin-wook., kim, young-jin. And kim, daehoon. (2014) "equal participation versus power concentration in south korean online public sphere" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, colorado convention center and hyatt regency, denver, p14.

2- علي مصباح محمد الوحيشي (2014) دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية، دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية، **المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص** "، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 15.

3- قنيفة نورة (2014) ممارسات الشباب الجامعي للمواطنة الرقمية عبر شبكات التواصل الإجتماعي الفايسبوك نموذجا دراسة ميدانية تحليلية بجامعة أم البواقي، **المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص**"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 6: 7.

المواطنة حيث مكنت من ربط أفراد المجتمع العالمي في مجمعات صغيرة تسعى نحو تبادل المعلومات المعارف التشارك بها بغض النظر عن الجنس، اللغة، الدين والأعراف.

ورغم ما يوفره الفضاء الافتراضي من فرص متاحة لتحقيق وتجسيد مقومات المواطنة الافتراضية، إلا أن فكرة المواطنة الافتراضية تواجه تحديات ومصاعب عدة على صعيد الممارسة والتطبيق **وهي تحديات تتوزع على مكونات معنوية ثقافية ومادية يمكن تفصيلها في التالي.**(*)

تحديات معنوية وثقافية: وهي تحديات نابعة من حقيقة أن طبيعة المواطنة الافتراضية بقدر ما توفر مناخا للتعدد والتنوع فهي تفضي أحيانا إلى نوع من الاختلاف والتصارع النابع من طبيعة الاختلافات الثقافية والحضارية التي تفرز نفسها في العالم الافتراضي، فمن سمات العالم المعاصر أن يظهر الجمهور أكثر تماثلا وأكثر اختلافا في الوقت نفسه بسبب قوى الحداثة والعولمة، بل أن التماثل المنشود في ظل ظروف العصر الإلكتروني قد يتحول إلى تجاذب وصراع حول الهويات المختلفة، وقد أتاح هذا العالم الافتراضي الفرص أمام ظهور الهويات الفرعية الكامنة لتعبر عن نفسها بعد أن مورست في حقها كل أنواع الكبت والحرمان من قبل الأنظمة والحكومات التي تسيطر على السلطة وعلى الفضاء الثقافي التقليدى وهو ما يهدد استقرار عديد النظم والمجتمعات وينذر بمزيد من الانقسام والتشظي والصراع.

تحديات مادية: وهي تحديات تتصل بمدى توفر البنية التحتية اللازمة لتوفر البيئة المناسبة لوسائل الاتصال والمعلومات الحديثة ومدى انتشارها أفقيا وعموديا وطبيعة الشرائح التي تتعامل مع الشبكة المعلوماتية ومهاراتها وقدراتها، أو ما يمكن أن يعرف

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
عبد المجيد خليفة الكوت (2014) المواطنة الرقمية: التجليات والتحديات، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر، ص ص 7، 8.
- Griffin, jermain. And kremer, jacalyn. (2014) "can cyberspace promote global citizenship in u.s. Higher education? A review of social networking practices to promote global awareness at fairfield university" paper presented at the annual meeting of the theory vs. Policy? Connecting scholars and practitioners, new orleans, pp11-12.Griffin, jermain. And kremer, jacalyn. (2014) "can cyberspace promote global citizenship in u.s. Higher education? A review of social networking practices to promote global awareness at fairfield university" **paper presented at the annual meeting of the theory vs. Policy? Connecting scholars and practitioners,** new orleans, pp11-12.

بالجاهزية الإلكترونية، ويمكن القول أن أغلب دول العالم النامي تفتقر إلى البينة التحتية والأساسية اللازمة التي يمكن أن تستقطب أعدادا هائلة من المواطنين والسكان في التعامل مع وسائل الاتصال والمعلومات الحديثة، وهو أمر يتصل أيضا بموضوع الفجوة الرقمية من ناحية أخرى، كما أن سعي الحكومات وسلطات الأمن إلى ضبط ومراقبة مقاهي الانترنت وبصفة خاصة في دول العالم النامي يؤدي في العادة إلى عزوف المواطن عن الانخراط في العملية وعدم الإقبال عليها.علاوة على افتقاد أعداد كبيرة منهم للمهارات اللازمة للتعامل مع "الشبكة العنكبوتية" المعلوماتية.

إضافة إلى افتقارها إلى اللغة المناسبة للتخاطب والتواصل مع الآخرين إذ تبدو اللغات الأجنبية" الانجليزية – الفرنسية " هي اللغات السائدة في الخطاب المعلوماتي عبر وسائط الإعلام الجديد. كما نجد هيمنة دول الشمال على صناعة المعلوماتية والتكنولوجيا والانترنت مما خلق نوع من الهيمنة الاتصالية الجديدة التي تجعل من مواطن الجنوب مجرد متلقي لا مرسل.**وترصد عدة دراسات[*] تأثيرات الشبكات الاجتماعية على المواطنة وفقا لنوعين من التأثير:**

---

*- الدراسات هى:

- Michael tomz & jessica l. Weeks (2013) public opinion and the democratic peace, american political science review ,vol 107, no. 3 , pp 8-9.
- Edith schellings(2011) a cosmopolitan public sphere: jürgen habermas' public sphere, mutual human obligations and online movement , unpublished MA thesis, university of utrecht, pp 25-28.
- Manuel castells (2008) the new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance , the annals of the american academy of political and social science, vol 616 , p 78.
- Noah porter (2007) real challenges, virtual challengers: the democracy for america movement, unpublished phd dissertation , college of arts and sciences university of south florida, pp 120-121.
L- Lincoln dahlberg (2001) extending the public sphere through cyberspace: the case of minnesota e-democracy, journal of computer-mediated communication, volume 7, issue 1, p11.
- LDahlberg, 2000. "the internet and the public sphere: a critical analysis of the possibility of online discourse enhancing deliberative democracy," doctoral dissertation in sociology, massey university.pp 66-70.
- حنان أبو سكين (2009) ممارسة المواطنة عبر الفضاء الإلكتروني المدونات والمنتديات نموذجاً: متاح على http://www.ahramdigital.org.eg/articaldetails.aspx?serial=770003&part=5
- عفراء أحمد عبدالمحسن (2008)، المنتديات الالكترونية السياسية والديمقراطية فى دول الخليج العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص 66.

أ- التأثير الايجابى لمواقع الشبكات الاجتماعية على المواطنة: يميل أصحاب هذا الاتجاه إلى الربط بين الانخراط فى الفضاء الإلكتروني وتعزيز المواطنة والديمقراطية، حيث تعتبر عملية الوصول إلى المعلومات بحرية ودون رقابة يعنى أن المواطنين تتكون لديهم معرفة ويستطيعون المطالبة بحقوق المواطنة **ويمكن استعراض مبررات أصحاب هذا الاتجاه كما يلى:**

- توفر الشبكات سرعة الاستجابة للأحداث السياسية والرد السريع عليها، وسهولة التعبئة الجماهيرية، وحشد الآراء فى سرعات قياسية، كما توفر سهولة التنسيق بين مجموعات كبيرة من الأفراد ووجود تطبيقات عديدة للفضاء الإلكتروني مما يؤدى لتشتيت الرقابة المفروضة من السلطات عليها، ويترتب على ذلك توسيع حجم مساهمة المواطن فى عملية صنع القرار السياسى جوهر عملية المواطنة.

- ما تؤديه الشبكات الاجتماعية من دور مهم فى كشف قضايا الفساد وانتهاكات حقوق الإنسان، حيث كشفت بعض المدونات مثل (مدونة الوعى المصرى) عن بعض تجاوزات رجال الشرطة إزاء المواطنين والمعتقلين السياسيين، مما دفع السلطات المصرية لاعتقال المتهمين بالتعذيب ومن ثم لعبت المدونات وانتشار صور الفيديو على كثير من الشبكات الاجتماعية وبعض المواقع الشخصية دوراً فى دفع السلطات إلى التعامل الايجابى والتفاعل مع القضايا التى تثيرها.

- يعتبر الحوار الإلكتروني حوار ندّى لا يعكس تفاوت القدرات السياسية والاقتصادية بين المتحاورين بقدر ما يعكس مدى توافق أو تناقض الرؤى المطروحة بشأن القضية موضوع الحوار، وبالرغم من التزاحم الشديد بين الآراء الفردية هناك إمكانية لتجميعها وتصنيفها وبالتالى يصبح لها تأثير جماعى.

- أية محمود نصار (2007) الحيز السيبرناطيقى (الافتراضى) وتحولات المجال العام: رؤى من تفاعلات افتراضية مصرية، ورقة مقدمة لمؤتمر بعنوان تحولات المجال العام فى مصر: تنامى الصراع ومستقبل التوافق الاجتماعى 11-12 ديسمبر 2007، مركز البحوث السياسية، القاهرة،ص 23.
- عبدالفتاح الجبالى وآخرون (2007)، التقرير الاستراتيجى العربى 2006-2007، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، ص488.
- وليد رشاد (2007) المتغيرات الفاعلة فى المجال العام الافتراضى: رؤية سيسيولوجية، ورقة مقدمة لمؤتمر بعنوان تحولات المجال العام فى مصر: تنامى الصراع ومستقبل التوافق الاجتماعى 11- 12 ديسمبر 2007، مركز البحوث السياسية، القاهرة، ص 89.
- حسنين توفيق إبراهيم (2004 مايو) ثورة المعلومات والتطور الديمقراطى فى العالم والوطن العربى، كراسات استراتيجية، عدد 139، مركز الاهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، ص 34.

- تمكن الشبكات الاجتماعية المواطن من ممارسة حقوقه السياسية بما يقترب من نموذج الديمقراطية التشاورية أو الديمقراطية المباشرة عن طريق آليات بسيطة دون الحاجة لخبرات فنية معقدة مما يجعل الفضاء الإلكتروني أداة مهمة فى تشكيل مجتمع قائم على حقوق المواطنة، ويعد مجالاً خصباً للتعبير عن الذات وتنامى الشعور بالتمكين ويستطيع المستخدم أن يعبر عن أرائه ويتلقى الردود بحيث يشعر أن صوته يمكن أن يصل لغيره، وبالتالى أصبح المجال العام الافتراضي يجعل المستخدم فى حالة إنغماس وارتباط بقضايا الوطن ويحقق الذات.

- تحقق المدونات والشبكات الاجتماعية والمنتديات السياسية رابطة عضوية بين المواطنين فى الخارج وأوطانهم.

- يتميز الفضاء الإلكتروني بخاصية التفاعلية (Interactivity) فالمستخدم ليس مجرد مستقبل للرسائل ولكن مرسل لها أيضا. الأمر الذى يحقق مستوى مرتفعا من التفاعل، ويعد المجال السياسى من أكثر المجالات التى تأثرت بالتفاعلية لأنها تهيئ الظروف للنشاط السياسى بشكل مختلف عن كل وسائل الاتصال، فشبكة الانترنت تتميز باحتوائها على ملامح وسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى أنها تتيح التفاعل ومشاركة المستخدمين وبث مشاركتهم فى كل أرجاء العالم، كما أنها تيسر عملية المزج بين النص والمعلومات المسموعة والمرئية ونتيجة لذلك توفر طريقة سهلة لصياغة الرسائل السياسية، وتحقق المزيد من المشاركة وحقوق المواطنة بالإضافة لإمكانية التشاور والتنسيق على مستوى المجموعات من خلال تشكيل (جماعات الضغط الإلكتروني) مما يؤثر على قرارات الحكومات، فالانترنت ولاسيما الشبكات الاجتماعية أصبحت ساحة ومنتدى ديمقراطى مفتوح 24 ساعة أمام الجميع للمشاركة والحصول على المعلومات، والفضاء الإلكتروني يخلو من الاستبداد وأى تمييز وإجحاف بين العرق أو الدين أو الاعتقاد بما يعزز حقوق المواطنة.

- يقوم الفضاء الإلكتروني بدور فى عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية من أجل نشر ثقافة المواطنة من خلال تدريب المواطنين على المشاركة، وتجميع المصالح، والتعبير عنها، وإعداد الكوادر السياسية والنقابية ومعرفة جماعات كبيرة منهم بتجارب وخبرات دول أخرى فى مجالات الديمقراطية والمواطنة واحترام حقوق الإنسان ومحاربة الفساد بما يتيح لهم المقارنة بين وضعهم وغيره مما يعزز مقترحاتهم وسعيهم للمشاركة والاهتمام بالقضايا المجتمعية والمواطنة.

- مستخدمو الشبكات الاجتماعية يستطيعون أن يروا أنفسهم كمواطنين بينهم روابط القيم والمصالح والتاريخ المشترك والهوية المشتركة دون أن يكونوا متجانسين فى الإقليم أو الطبقة أو العرق.

ب- التأثير السلبى للشبكات الاجتماعية على المواطنة: يشكك أنصار هذا الاتجاه فى أن الشبكات الاجتماعية يمكن أن ترسخ مفهوم المواطنة، **ويبرر أنصار هذا الاتجاه رأيهم كما يلى:**

- افتقاد حق المساواة فى الوصول إلى الانترنت حيث تعكس شبكة المعلومات الدولية الإنقسام الرقمي (Digital divide) بين فئات المجتمع، فالأقلية هى التى تملك القدرة للوصول إلى الانترنت، كما أن النفاذ إلى الانترنت لا يعتمد فقط على الشروط المادية بل يعتمد أيضاً على الظروف الاجتماعية والتعليمية.

- تزايد قدرة واتجاه السلطات إلى فرض مزيد من السيطرة على محتوى المدونات والشبكات الاجتماعية فى ضوء عدم وجود تشريع قانونى ينظم استخدام هذه الآليات، كما يتم التوسع فى استخدام آليات الفلترة والحجب والتدمير والمراقبة خاصة مع التطور المتسارع فى تكنولوجيا الضبط والسيطرة، وقد لقى هذا الاتجاه رواجاً ملحوظاً خلال السنوات الأخيرة عقب أحداث 11 سبتمبر وامتداد الحرب ضد الإرهاب إلى ساحة الفضاء الإلكتروني، وغالباً ما تستند القيود المفروضة على نشطاء الانترنت إلى حماية القيم والآداب العامة والأمن القومى، ويترتب على عملية الضبط احتمال حدوث حالة من الاستقطاب السياسى بين الجماعات السياسية داخل المجتمع وتراجع فرص تطور حالة من التوافق العام حول مختلف القيم الأساسية للمواطنة لأن الأفراد والجماعات ذات التوجهات المشتركة تميل إلى الترابط فيما بينها على الانترنت والابتعاد عن الأفراد والجماعات ذات التوجهات المخالفة.

- إن النظم الديمقراطية ذاتها لا تضمن للمواطن القدرة على التأثير والمشاركة فى الأحداث السياسية أو عملية صنع القرار من خلال الوسائل الإعلامية التقليدية مثل (الصحافة، الإذاعة، التليفزيون) ولا يتوقع أن يترتب على اتساع نطاق استخدام الشبكات الاجتماعية تغيراً جوهرياً، لأن نشر المعلومات والآراء الفردية سيؤدى إلى المزيد من إضعاف قدرة الرأى الفردى على التأثير فى عملية صنع القرار والمشاركة بسبب التزاحم الشديد بين الآراء الفردية.

- الفضاء الإلكتروني لا يشكل الفضاء الاجتماعى والسياسى الوحيد الذى يتحرك فيه الفرد، فحجم الوقت المخصص لهذا الفضاء يظل محدوداً جداً بالمقارنة بالفضاءات الأخرى (الشارع - المدرسة - العمل - المنزل - الجامعة - الأصدقاء) مما يجعل دوره محدوداً فى زيادة قدرة الفرد على المشاركة والسعى للحصول على حقوق المواطنة وممارستها.

- قد يستخدم الفضاء الإلكتروني لزيادة الضغوط على النظام السياسى، حيث يلجأ بعض النشطاء إلى تدوين قضاياهم بهدف الحصول على الدعم الدولى أو دعم الجاليات الوطنية فى الخارج وكذلك المنظمات غير الحكومية دولية النشاط، ومثال ذلك المواقع التى تخص أقباط المهجر وغالبيتها يركز على إثارة قضية التهميش السياسى أو الاضطهاد الدينى فى مصر ضد الأقباط وافتعال مناخ يؤجج الاحتقان الطائفى، وبالرغم من محدودية هذا النمط من المواقع نسبياً إلا أنها تحقق تأثيراً ملحوظاً يؤثر على قضية المواطنة.

- يخلط المستخدمون بين نشر المعلومات والشائعات، كما أن ضعف الرقابة على الفضاء الإلكتروني يطرح تحفظات أخلاقية وسياسية حول مضمونة ويشوب حق المواطن فى التعبير عن رأيه بعض العشوائية فالبعض يحرص على الإدلاء بالرأى حتى لو خارج سياق الموضوع المطروح.

- إن المجتمعات الافتراضية لا تتعامل مع نسق قومى مغلق محدد الأبعاد وواضح المعالم، بل يؤكد الفضاء الإلكتروني على تفتيت النسق القومى وتخطى حدود الوطن الفعلى، فالمواطنون ينخرطون فى التفاعلات عبر الفضاء الإلكتروني وقد يحجبون هويتهم الفعلية أو ينفصلون عنها بالتخفى تحت مسميات عديدة، والمواطن عبر الانترنت يتحاور مع أشخاص فى أقصى الأرض لهم ثقافاتهم المختلفة وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية المتباينة، وما يجمع بينهم هو حاجتهم للاتصال مما يؤدى إلى فقدان معنى الوطن الافتراضى وتنعزل الذات عن وطنها الطبيعى، والهوية الافتراضية الجديدة التى تتشكل عبر الفضاء الإلكتروني ليست جغرافية، كما أن تعميق الاتصالات والخدمات التى تشكلت عبر الانترنت أدى إلى تنوع الهوية الافتراضية فهى ليست هوية واحدة ولكن هويات متعددة تمتزج مع بعضها لتشكل واقع جديد ومركب للهوية بعد تهجين ثقافى خاصة مع قدرة المواطن على التنكر فى هويات متعددة والاشتراك فى عضوية جماعات متعددة.

3- مفهوم صدى الغرفة Echo chamber: فى الشبكات الاجتماعية يسعى المستخدمون للبحث عن مؤيدين لهم أو شركاء فى المناقشة يتفقون معهم فى الآراء، حيث

يرى Sunstein ان الطبيعة الانتقائية للمعلومات والآراء السياسة تعزز من الاستقطاب وما أسماه بظاهرة صدى الغرفة Echo chamber من خلال ميل مسخدمى الانترنت الى تكوين مجموعات اتصالية منغلقة معرفيا تتداول معلومات متفق عليها بين مواطنين متجانسين سياسيا مما يزيد من حالات الرنين وترديد نفس الآراء وتأكيدها والتعصب لها على نحو يزيد من الانقاسمات السياسية حول مختلف قضايا الشأن العام كما يعمل على تشجيع تدفق الاكاذيب والشائعات، وقد يصل رواد الغرفة لدرجة التوهم بأن رأيهم المتفق عليه هو الرأى العام الإلكتروني السائد بالفضاء الافتراضي[*].

وقد أشارت دراسة (جمال سند، 2013)[1] الى هذا المفهوم أيضا ولكن بمسمى آخر وهو "القبيلة الافتراضية" حيث أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة إلى حدوث تحولات كبيرة في المجتمعات، ومن بين أبرز تلك التحولات الانتقال من مرحلة القبيلة، بعصبياتها القائمة على المصاهرة والنسب الى نوع آخر من القبائل يضم كيانات يربطها العالم الافتراضي تتعصب فى آرائها وأفكارها وتقوم على الاستقطاب والعصبية الفكرية.

4- مفهوم المزاج العام الإلكتروني Online public mood: يمكن توصيف هذا المفهوم من خلال نظرية إدارة المزاج Mood Management theory، فالمزاج العام يتكون نتيجة توافد الرسائل الاعلامية التى يتعرض لها الأفراد ومن ثم يسيطر عليهم مزاجا عاما كمحصلة للمشاعر المشتركة التى وصلت اليهم[2].

ومن ثم يرى الباحث أن المزاج العام هو مزيج يصعب فصله من المشاعر و الحالة النفسية للجمهور، قد يكون ايجابي يتمثل فى حالة من الرضا العام والحب والسعادة والأمل والإطمئنان وراحة البال، وقد يكون سلبي يتمثل فى حالة من السخط العام والكراهية والإحباط والتعاسة والقلق والإنزعاج واليأس، ولوسائل الإعلام دور مهم فى بنائه وإدارته.

---

*- تم الرجوع ففى هذه الجزئية الى:
- إيمان حسني (2012) إلتماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإتجاهات التعصبية لدى الشباب المصرى الجامعي دراسة فى ضوء مداخل التماس المعلومات والتوازن والتصنيف المعرفي، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 – 25 أبريل 2012، ص 120.
- Sunstein, c.r (2007) republic.com 2.0.princeton university press, new jersey ,pp 3-7.
1- جمال سند السويدي (2013) وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية: من القبيلة إلى الفيسبوك، **رؤى استراتيجية**، العدد 3، يونيو 2013، ص 150.
2- bo pang and lillian lee (2008) opinion mining and sentiment analysis ,foundations and trends in information retrieval , vol2 , pp.101.

ويتأثر المزاج العام للشعوب بعدة متغيرات أساسية أوضحها مؤشر جالوب لقياس رفاهية وسعادة الشعوب[1]:

- مستوى الرفاهية المالية والحالة الصحية الجيدة.
- مدى الضغوط والأعباء اليومية.
- وجود نية للهجرة من عدمها.
- مدى الاستعداد للعمل التطوعي ومساعدة الآخرين.
- شعور الإنسان بوجود هدف له في الحياة.
- المشاركة المجتمعية، ومدى الثقة في الانتخابات والمؤسسات المحلية.

ويضيف الباحث عدة متغيرات آخرى مؤثرة على المزاج العام وهى:

- مدى توافر الحاجات الأساسية للشعب (المأكل – الملبس – المسكن)
- جودة الخدمات والمرافق العامة كالصحة والتعليم والنقل.
- مدى الرضا عن النظام الحاكم وسياساته.
- مدى وجود السلم المجتمعي.

كما يقدم معهد كاتو الامريكي للدراسات والإستشارات الاقتصاديةCATO مؤشرا آخرا باسم "مؤشر البؤس العالمي" The Misery Index وهو مؤشر اقتصادى بحت للتعرف على أكثر الدول تعاسة وبؤس، مما يؤثر بالسلب على المزاج العام لهذه الشعوب، **ويقيس هذا المؤشر عدة متغيرات اقتصادية للتعرف على ذلك ومنها**[2].

1- مؤشر جالوب للسعادة متاح على:
http://www.gallup.com/poll/106756/galluphealthways-wellbeing-index.aspx

2 - مؤشر كاتو للبؤس العالمى، متاح على:
http://www.cato.org/publications/commentary/measuring-misery-around-world

- مستوى الدخل السنوى للفرد.

- معدل البطالة.

- معدل التضخم وزيادة الأسعار.

- معدل الديون الداخلية والخارجية.

- معدلات الإقراض والإقتراض.

- حجم الإستثمارات.

- معدل الفوائد المصرفية والبنكية.

ورغم قدم نظرية إدارة المزاج حيث ترجع الى عام 1988 حينما طورها Zilmann، الا انه يوجد دراسات علمية حديثة استخدمتها وطوعتها بما يتماشى مع طبيعة الشبكات الاجتماعية، حيث تشير نتائج دراسة (نجوى عبد السلام فهمى، 2012)[1] الى ان المصريين يعبرون عن مشاعرهم ومزاجهم نحو الأحداث السياسية المختلفة عبر الشبكات الاجتماعية، ولا سيما الاحداث السياسية السلبية والتى تحظى بتعليقات أكثر من غيرها من الأحداث.

وفى عام 2005 بلور كل من Harber وCohen نظرية بث المشاعر عبر مواقع التواصل الاجتماعى The Emotional Broadcaster Theory of Social Sharing، وتشير هذه النظرية الى ميل الأفراد لإستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف عرض آرائهم وخبراتهم وتجاربهم ومشاعرهم مع الاخرين، لان ذلك يعد نوعا من التنفيس عن الضغط الوجدانى وعلاجا نفسيا لمن مر بموقف مؤثر أو ضغوطات يومية[2].

وقد مكنت الشبكات الاجتماعية من غمس المستخدم فى الهم الانسانى العالمى، فأصبح هناك تعاطف مع القضايا السياسية والاجتماعية في مختلف المجتمعات والثقافات

1- نجوى عبد السلام فهمى (2012) استخدام تويتر لرصد المزاج العام للمجتمع فى فترات الاضطرابات أحداث محمد محمود 2011 فى مصر نموذجا،، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 – 25 أبريل 2012، ص 183.

2- harber, k.d. & cohen, d.j. (2005) the emotional broadcaster theory of social sharing,journal of language and social psychology, vol24،p.382

الإنسانية على تعددها عبر هذا الفضاء الافتراضى[1]، فعلى سبيل المثال فى حالة إعصار كاترينا وتسونامى اليابان سادت الشبكات الاجتماعية حالة من المزاج العام السئ والمتعاطف مع ضحايا هذه الكوارث.

كما ساهمت الشبكات الاجتماعية أيضا فى خلق مزاج عام متعاطف مع ثورات الربيع العربي فقد يكون صحيحاً أنها ليست السبب المباشر في قيام ثورات الربيع العربي، ولكنها جعلت الثورات ممكنة وعجلت بها، كما أنها منحت تلك الثورات القدرة على النمو وأكسبتها مزيداً من التأييد والتعاطف داخلياً ودولياً بشكل ما كان له أن يحدث بدونها [2].

5- مفهوم حارس البوابة فى الشبكات الاجتماعية: فى (2008-2009) أقترحت بارزيلاي-ناهون طريقة جديدة للنظر إلى حراسة البوابات الإعلامية، ودمجت بين تخصصات الاتصالات وعلم المعلومات والإدارة في بناء نظرى حديث أسمته بنظرية حراس البوابة فى الشبكات الاجتماعية Theory of Network Gatekeeping، **كما أضافت بارزيلاي- ناهون تعريفات إجرائية جديدة فى هذه النظرية وهى[3]:**

- **البوابة:** الدخول إلى أو الخروج من الشبكة أو أقسامها.

- **حراسة البوابات الإعلامية:** عملية السيطرة على المعلومات وهي تتحرك عبر البوابة، وتشمل أنشطة مثل إختيار المعلومات والأخبار من قبل القائمين على شئون الصفحة أو الشبكة، اضافة وحذف الاعضاء المشتركين فى الشبكة، الحجب والمنع لبعض الصفحات، العرض والتركيز بمعنى نشر موضوعات بعينها والتركيز عليها، تشكيل الرأى: من خلال التركيز على وجهات نظر معينة، التداول والنقاش مقابل التجاهل والتسطيح.

- **آلية حراسة البوابات الإعلامية:** الأداة أو التقنية أو المنهجية المستخدمة لتنفيذ عملية حراسة البوابات الإعلامية.

1- johan bollen, alberto pepe, huina mao (2009) modeling public mood and emotion: twitter sentiment and socio-economic phenomena , proceedings of the fifth international aaai conference on weblogs and social media , barcelona, spain , p18

2- سعود صالح كاتب (13- 15 ديسمبر 2011) الاعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، **المؤتمر العالمى الثانى للإعلام الاسلامى**، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ص22.

3- barzilai-nahon ،karine (2008). "toward a theory of network gatekeeping: a framework for exploring information control". Journal of the american information science and technology 59 (9): 1–20.

- **حارس بوابة الشبكة:** الكيان (شخص، أو منظمة، أو حكومة) الذي لديه سلطة تقديرية لممارسة حراسة البوابة الإعلامية من خلال آلية حراسة البوابات في الشبكات.

وتشير بارزيلايناهون ان هناك ثلاث سمات رئيسية للمضامين التى يتم تمريرها عبر الشبكات وهى[1]:

1- مضامين متسقة مع المنهج المتبع من قبل السلطة السياسة.

2- مضامين تمتاز بإمكانيات عالية من حيث إنتاجها الإعلامي.

3- مضامين لها صلة بحارس البوابة وتحقق له منفعة معينة.

ووفقا لهذه الرؤية يوصف الرأى العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية بأنه رأى يمكن السيطرة عليه من قبل حراس البوابة، ويمكن توجيهه وتضليله، وترى أن الشبكات الاجتماعية مجالا خصبا لتداول الشائعات والأكاذيب[2].

وعلى النقيض تشير دراسة ان الرأى العام عبر الشبكات الاجتماعية يكون أكثر مصداقية ووعيا وتنويرا من الرأى العام التقليدي وذلك بسبب[3]:

أ- مصداقية الشبكات الاجتماعية النابعة من كون المواطن هو الإعلامى فالمستخدم يرى أصدقائه واقاربه وجيرانه يتداولون الأخبار ومن ثم فالمستخدم يثق فى المحتوى وفقا لثقته فى منتج المحتوى.

ب- تتيح هذه الشبكات فضاء جمعي من مختلف الايدولوجيات والآراء فاليسار واليمين والوسط لهم صوتهم الافتراضى ومن ثم لا تتحيز الشبكات لتيار بعينه على حساب الاخر.

1- barzilai-nahon, k. (2009). Gatekeeping: a critical review. Annual review of information science and technology, 43, pp. 433-478

2-. Rui, jian. And stefanone, michael.(2012) "online social network profile management: self-presentation, self-concept, and social network perspectives" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix.p10.

3-rauchfleisch, adrian. And schäfer, mike (2014) "the multiple public spheres of weibo: on the forms and potentials of online public spheres in china" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington, p15.

ج- تأخذ ظاهرة الاستقطاب على الشبكات الاجتماعية شكلا تلقائياً عفوياً على عكس الاستقطاب المنهج والممول والمُغرِض الذى نجده على وسائل الاعلام التقليدي.

6- مفهوم تحدى الصمت: إن التطور الحديث فى تكنولوجيا الاتصال يوفر للفرد الكثير من الوسائل التى أصبحت الأقليات تعبر من خلالها عن رأيها وتتبادله مع غيرهم داخل او خارج حدود الدولة، هذه الوسائل ساهمت فى كسر العزلة لدى الأقليات وضياع الإحساس بالإضطهاد[1].

وقد صاغ محمد عبد الحميد 2009 فرضا علميا يبلور مفهوم تحدى الصمت Challenge The Silence وهو "تعتبر وسائل الاعلام الجديد والشبكات الاجتماعية مصدرا للمعلومات والكشف عن القضايا والعلومات الغائبة والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك الى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة، واتساع دائرة التعبير عن الرأى العام، ويترتب على ذلك إختفاء ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأى السائد الناتجة عن تبنى وسائل الإعلام التقليدية لها وإختفاء ظاهرة تدعيم الصمت والخوف من العزلة، وهذا ما يمكن صياغته من خلال الدور الذى تقوم به المواقع الإعلامية وأدوات الاتصال والتفاعل بين الناس فى تحدي الصمت"[2].

وتشر عدة دراسات[*]. لمجموعة من الدوافع التى تحفز المستخدمين على المشاركة بآرائهم فى المجتمعات الافتراضية ولا سيما آراء الأقليات أو الفئات المهمشة فى الواقع الحقيقي **ومن هذه الدوافع:**

1- محمد عبد الحميد (2009) المدونات الإعلام البديل، ط1، عالم الكتب، القاهرة، ص266.
2- محمد عبد الحميد (2009) المرجع السابق، ص ص 268، 269.
*- الدراسات هى:
- Andrew f. Hayes(2007) exploring the forms of self-censorship: onthe spiral of silence and the use of opinion expression avoidance strategies , journal of communication vol 57 ,p 790.
- Xudong liu & shahira fahmy (2011) exploring the spiral of silence in the virtual world: lndividuals' willingness to express personal opinions in online versus offline settings ,journal of media and communication studies, vol. 3, iss(2), pp. 47.
- Roessler, patrick. And schulz, anne.(2012) "the spiral of silence and the internet age: challenges, modifications, limitations" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix ,p9.
- Liu, xudong. And fahmy, shahira. (2009) "testing the spiral of silence in the virtual world: monitoring opinion-climate online and individuals' willingness to express personal opinions in online versus offline settings" paper presented at the annual meeting of the international communication association, chicago, p2.

أ- التقدير الذاتى للمستخدم وشعوره بأهمية رأيه.

ب- ميل المستخدم للتحاور والنقاش مع من يتفق مع آراءه داخل المجتمعات الافتراضية.

ج- الحاجة لتصعيد القضايا المرتبطة بالأقليات دوليا على نطاق إفتراضي يشمل كل الدول.

د- بناء تحالفات إفتراضية virtual alliances للدفاع عن القضايا المختلفة ومناصرتها وبناء قواعد جماهيرية للدفاع عنها.

7- مفهوم الخروج عن الأجندة (كسر الأولويات The Agendacutting): نتيجة لعدم ثقة الجمهور فى وسائل الاعلام التقليدي Media Skepticism، وزيادة معدلات الشك فى المضامين المقدمة عبر هذه الوسائل لجأ الجمهور الى وسائل الاعلام الحديث، ومن ثم تغيرت تركيبة الرأى العام التقليدي والذى دائما ما يتأثر بوسائل الاعلام التقليدي، فأصبح الرأى العام إلكترونيا وأصبح المستخدم لا يتأثر بالأجندة التقليدية التى تفرضها وسائل الاعلام [1].

وتشير دراسة (Nagwa abdel salam،2010)[2]، الى ان المدونات المصرية قد ساهمت فى كسر أجندة وسائل الاعلام التقليدى وبدأت تطرح قضايا إعلامية اخرى بأجندات أخرى تحتلف عن اجندة صانع القرار ومن ثم أثر ذلك على الرأى العام الإلكتروني والذى أصبح أكثر دراية وتنويرا.

وتتعلق الأجندة الجديدة عبر الشبكات الاجتماعية بالقضايا التى تمس المعارضة، حيث تختلف الاجندة التقليدية عن أجندة الشبكات الاجتماعية، فالمعارضة تجد مجالا خصبا للتعبير عن آرائها التى تصتدم مع الانظمة الحاكمة ومن ثم تستطيع أن تحشد وتؤثر على اتجاهات الرأى العام الاكتروني وبناء قاعدة لمناصرة قضاياهم وأجندتهم الخاصة[3].

1-luo, yunjuan.(2012) "the internet and agenda setting in china: the influence of online public opinion on media coverage and government policy" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix,p11

2-nagwa abdel salam fahmy (2010) revealing the "agenda cutting" through egyptian blogs: an empirical study online: https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/fahmy10.pdf

3-b sayre, l bode, d shah, d wilcox, c shah (2010) agenda setting in a digital age: tracking attention to california proposition 8 in social media, online news and conventional news , policy & internet vol2 ,iss(2), p28.

وقد مكنت الشبكات الاجتماعية من خلق رأي عام نحو قضايا وأولويات تختلف عن القضايا التى يثيرها الإعلام التقليدي، حيث تخاطب الشبكات الاجتماعية اهتمامات الفئات المعارضة بهدف كسب تأييدهم ودعمهم للأجندات والأولويات التى تثيرها على صفحاتها، ويتم ذلك عن طريق[1]:

- **التنويه:** الذي يتحقق بتقديم المعلومات الملائمة لتحقيق الأهداف.

- **التحفيز على التغيير:** وخلق الطموحات الممكنة لدى الأفراد المستهدفين.

- **الدعوة للمشاركة:** والمشاركة هنا هي المطلب الأساس في إحداث التغيير.

8- مفهوم النشاط الإلكتروني Cybera Ctivism: أدى ظهور وسائل الإعلام الجديد New media إلى ظهور مفهوم جديد للممارسة السياسية تحت اسم موازي هو "السياسة الجديدة New politics" والمقصود أن العمل السياسي سوف يتطور إلى الأفضل عن طريق الإستفادة من وسائل وأدوات الإعلام الجديد، مثل إستطلاعات الرأي الفورية وطرق جديدة في إدارة وتصميم الحملات الإنتخابية، وتحقيق المجتمع المدنيCivil Society بمعناه الصحيح والكامل، حيث تكون المشاركة في النقاش والمناظرة مفتوحة للجميع بما يسهم فى تطوير العمل السياسي ككل وممارسة كافة الأنشطة السياسية ولكن بشكل إلكتروني[2]:

ويرتبط مفهوم النشاط الإلكتروني بإستخدام التقنيات فى إحداث تغييرات سياسية وإجتماعية، كنوع من النضال الافتراضي Cirtual Struggle[3].

والنشاط الإلكتروني يعرف بأنه عملية الانغماس النشط Active Involvement فى الأوساط التكنولوجية من خلال أى عملية تتم فى الفضاء الافتراضي (التعبير عن الرأى – البيع والشراء الإلكتروني – المناصرة والتأييد الافتراضي وغيرها[3].

1- خلفلاوي شمس ضيات (2014) الإعلام الجديد :قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014،ص 19.

2- خالد بن عبد الله الحلوة (15 – 16 أبريل 2012) الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، **المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والإتصال "الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية"**، جامعة الملك سعود – الرياض، ص ص 25 – 27.

3- carty, victoria (2005)."protest, cyberactivism, and new social movements: the reemergence of the peace movement post 9/11 "paperpresented at the annual meeting of the american sociologicalassociation, marriott, philadelphia, p4.

ويرتبط بالنشاط الإلكتروني إمكانية المستخدم فى التعبير عن رأيه وليس مجرد التعبير فحسب بل أحيانا يتحول المستخدم من شخص لآخر، فقد يعبر المستخدم عن رأيه بشكل همجى يحمل سباب أو سخرية او إيحاءات سيئة نظرا لتخفيه تحت اسم مستعار أو تصنع شخصية آخرى وهذا ما يعرف بتوحش الذات Self –savagery[1].

ويرتبط بالنشاط الإلكتروني أيضا مفهوم التناحر الإلكتروني Online Antagonism والذى يعرف بأنه السجال بين الأفراد المتفاعلة عبر الساحات الافتراضية والذى يشمل عمليات القرصنة أو الآراء المتصارعة بين الافراد أو عمليات التشهير والسب[2].

كما يرتبط بمفهوم النشاط الإلكتروني مفهوم المناصرة الافتراضية virtual advocacy أو حملات التأييد الإلكتروني لقضية ما او شخص أو مؤسسة بهدف بناء حالة من التأييد العام للقضية وإعلام الجمهور بها وتشكيل رأى عام مناصر لها[3].

وقد تتم عملية المناصرة الافتراضية عبر التدوين الدفاعى بالمدونات أو من خلال تكوين مجموعات او تدشين صفحات عبر الشبكات الاجتماعية، وكذلك الصفحات الرسمية للأحزاب والجماعات والحركات السياسية والجمعيات الحقوقية ومنظمات المجتمع المدنى[4].

ومن أهم الحركات العالمية المشهورة بالنشاط الإلكتروني حركة Anonymous والتى بدأت نضالها الأفتراضي عام 2003، وتستهدف هذه الحركة عدة أهداف اهمها الدفاع عن الكرامة و الحريات العامة وحقوق الانسان والدفاع عن الأقليات، والدفاع عن حرية التعبير ومكافحة التعسف والرقابة المسلطة من قبل الحكومات.

1- carty, victoria (2005) , op.cit , p6.

2- iang, min (2010) chinese internet collective incidents: cyberactivism vs. Counter-activism "paper presented at the annual meeting of the nca 96th annual convention, san francisco, p15.

3- earles, wendy. And ryan, kelvyn (2014) from the traditional to the virtual: ex-service organisations, advocacy and lobbying in the 21st century ".paper presented at the annual meeting of the istr 11th annual conference, university of muenster, muenster, germany ,p7.

4- إيمان بن دعدوش (مارس 2012) الشبكات الاجتماعية وبناء النضال الافتراضي: العمل الشبابي و تفعيل مكونات المجتمع المدني في المرحلة الراهنة في تونس، المؤتمر العربى الاوروبي "تمكين الشباب ومنظماتهم ودعم مبادارات المجتمع المدني في الدول العربية جنوب البحر المتوسط"، مالطا، 22 – 24 مارس 2012، متاح على: www.poplas.org/euro/pdf/studies/iman%20ben%20dadouch.pdf

9- مفهوم السخرية السياسية عبر الشبكات الاجتماعية Political Sarcasm:

يقوم الرأى الساخر عبر الشبكات الاجتماعية على استخدام الكلمات والنصوص وفيديوهات لتقديم معانى هزلية مخالفة للحقيقة تحمل فى طياتها دلالات توحي بوجود خطأ ما، أى يعتمد على المعانى الكامنة التى لا تظهر بشكل مباشر، وعادة ما يعبر المستخدمون للشبكات الاجتماعية عن آرائهم الساخرة بهدف خلق دافع محفز لإحداث التغيير السياسي من خلال نقد أوضاع المجتمع وتسليط الضوء على السلبيات السياسية به،وقد تكون مثل هذه الاراء أداه للنقد والتطوير او أداه للهدم والتشويه[1].

وتعتبر الشبكات الاجتماعية مجالا خصبا لعرض الرأى الساخر وتناول القضايا السياسية بنوع من السخرية السياسية، **وهنا يمكن التعبير عن الرأى العام الإلكتروني بمختلف الأشكال ومنها**[*].

1- التورية والتلاعب بالالفاظ (Pun) وذلك من خلال استخدام الكلمات التى تدل على اكثر من معنى.

2- المفارقة (Irony) والتى تقوم على الاقتباس الذى يظهر التناقض والتحول فى المواقف المختلفة.

1- rijkhoff, sanne.(2012) "political cynicism reconsidered: an exploratory study on the conceptualization of different types of cynicism" paper presented at the annual meeting of the ispp 35th annual scientific meeting, chicago, p18.

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Vreese, claes. And boomgaarden, hajo. (2015) "a spiral of cynicism for some: the conditional relationship between strategic news coverage, political cynicism and turnout" paper presented at the annual meeting of the mpsa annual national conference, chicago, p22.
- Schyns, peggy., koop, christel. And rijkhoff, sanne.(2015) "cynical citizens: measurement, characteristics and consequences of political cynicism in the netherlands" paper presented at the annual meeting of the mpsa annual national conference, chicago, p9.
- إسلام احمد عثمان (2014) السخرية السياسية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين الحرية والمسئولية دراسة تحليلية، المؤتمر العلمي الدولي العشرون لكلية الاعلام جامعة القاهرة " مستقبل الإعلام المصري فى ظل دستور 2014 "، 22-23 يونيه 2014، القاهرة، ص 197.
- Schuck, andreas., boomgaarden, hajo. And de vreese, claes.(2012) "cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, p20.
- Claes de vreese (2004) the effects of strategic news on political cynicism, issue evaluations, and policy support: a two-wave experiment, mass communication & society, vol7 ,iss (2), p192.

3- المحاكاه الساخرة (Parody) أى التقليد الضاحك للأقوال والافعال للشخصيات المشهورة.

4- العبث (Absurd) ويعنى التركيب الغريب للجمل أو إصطناع المواقف العبثية التى لا تحمل معنى.

5- المضاهاه (Analogy) والتى تقوم على المقارنات بين الاشياء التى تبدو بعيدة عن بعضها لبعض.

6- المبالغة (Hyperbole) وتقوم على خلق إنطباع الاستهزاء من خلال استخدام كلمات تعظم الاشياء والمواقف والاشخاص بدرجات كبيرة تفوق واقعها الفعلى.

7- التساؤل الساخر (Rhetorical Q) ويستخدم بهدف دفع المستخدم الى التفكير فى الاجابة الضمنية له.

8- الهجاء السياسي (Political Satire) عبر الرسوم الكارتونية الساخرة من المسئولين السياسيين.

ومن أشهر الصفحات السياسية الساخرة على الفيس بوك، صفحة أصاحبى Asa7be Sarcasm Society وألتراس باسم يوسف، فاصل مش إعلامي،الكومنت الفصيل، بورتو طرة من أجلك أنت.

واستخدمت صفحات حركة 6 أبريل ومدونة كفاية العديد من المواد الساخرة مثل الكاريكاتور والمقالات الساخرة والتعليقات، كل ذلك لإبراز مظاهر التردى الاقتصادى فى المعيشة أثناء فترة حكم الرئيس الأسبق مبارك[1].

وفى عهد الرئيس الأسبق مرسي ظهرت العديد من الصفحات الساخرة والتى تعمدت نشر الكاريكاتور الساخر من خطاباته المختلفة وبعض حركات لغة الجسد لديه والتعبيرات اللغوية المستخدمة، وأنتشرت فيديوهات ساخرة عديدة عبر اليوتيوب فى هذا الصدد.

1-merlyna lim ((2012)clicks, cabs, and coffee houses: social media and oppositional movements in egypt, 2004–2011 , journal of communication , vol 62, p237 , p 239.

كما ظهرت بعض الحلقات المصورة كفيديوهات ساخرة من قبل المعارضين للنظام الحاكم بعد إعلان خارطة الطريق 3 يوليو 2013، ومن هذه الحلقات (جو تيوب – وألش خانة – وباكوس – وعطوة كنانة – والشاب أشرف).

رابعًا: مظاهر وآليات التحول من الرأى العام الواقعي الى الرأى العام الإلكتروني:

تسبب ظهور الانترنت عامة ولاسيما الشبكات الاجتماعية فى تحول الرأى العام فى الواقع الحقيقي الى رأى عام ألكتروني عبر منصات وصفحات التعبير عن الرأى المتوفرة بالفضاء الإلكتروني، ولم تقتصر عملية التعبير عن الرأى على الإدلاء بالرأى فقط بل أيضا مشاركة الرأى والتفاعل مع الآراء الاخرى والتعبئة والضغط وغيرها من العمليات الآخرى. **وفيما يلى أهم مظاهر التحول من الرأى العام الواقعي الى الرأى العام الإلكتروني**[*]:

1- إتاحت شبكة الانترنت والشبكات الاجتماعية الفرصة لكل جماعة أو فرد في تكوين جماعه أفتراضية تقف خلف قضية ما تعبر عنها وتتعلق بمصالحها ويكون الإنضمام لهذه الجماعه مفتوحاً أمام الجميع ممن لديهم الرغبة في المشاركة.

2- تجاوز المجتمع المحلي بكل تقسيماته الضيقة للخروج إلى رؤية عامه تتعلق بإهتمام بقضية من قضايا الرأي العام الدولي، وأصبح لتلك القضايا وغيرها دور في

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- S.i. Mfenyana, n. Moroosi, m. Thinyane & s.m. Scott (2013) development of a facebook crawler for opinion trend monitoring and analysis purposes: case study of government service delivery in dwesa ,international journal of computer applications ,vol79 – no 17, p34.
- عادل عبد الصادق (مارس 2011) الفضاءالالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والادوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني ص ص 21، 22.
- Inta mierina (2011) political participation and development of political attitudes in post communist ,countries,unpublished phd thesis, university of latvia faculty of social sciences department of sociology, riga , pp 52-55.
- Deen g freelon(2010) analyzing online political discussion using three models of democratic communication , new media & society, vol 12, p 1172.
- matthew kushin & masahiro yamamoto (2010) did social media really matter?college students' use of online media and political decision making in the 2008 election, mass communication and society, vol13 ,p 628.
- David john lynch (2009) does analogical reasoning affect political attitudes? Evidence from survey experiments , unpublished phd thesis, harvard university, cambridge, massachusetts,pp229-230.
- Watts, duncan j., and peter sheridan dodds. (2007) "influentials, networks, and public opinion formation." journal of consumer research, vol 34. No4 , p441.

الإستحواذ على اهتمام المواطن المحلي الذي ظهر كمواطناً عالمياً تهمه قضايا عالمية ويتفاعل معها من خلال المظاهرات أو الإحتجاجات أو المشاركة بالرأي والتعليق أو تكوين تحالفات مؤيدة وذلك عبر الفضاء الإلكتروني.

3- تحول القضايا التى ينبغي أن يتم التفاعل بشأنها داخل الحياة الأسرية أو فى حدود الفرد تنتقل لتصبح موضع حوار في المجال الوسيط أو المجال العام، وذلك بعد كسر احتكار دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية.

4- بروز دور الكتلة الحرجة من الشباب لقيادة حركة التفاعلات الحادثة على الفضاء الإلكتروني وما تمثله من معارضة لكل ما هو قائم والرغبه في التغيير والتمرد على ما هو قائم، الأمر الذي يؤول الى أنهم رافضون للمجتمع الواقعى القائم.

5- تمكن الفرد من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك بالإستفادة من إمكانات الهاتف المحمول وقدرته على التصوير والاتصال بالانترنت وغيرها من الخدمات المختلفة، وإتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان.

6- القدرة على القيام بشكل جديد من الحركات الاجتماعية ونوع جديد من وظائف المجتمع المدني وذلك بالقدرة على القيام بعمل فردي تطوعي حر غير خاضع لتوجهات من جهات معينة بل للقناعات الخاصة للفرد.

7- القدرة على التحول من الإحتجاج الشخصي إلى تكوين وتشكيل جماعات وتحالفات الكترونية عبر الفضاء الإلكتروني تساعد على عملية تشكيل الرأي العام، وتنويره بما يدور فى العالم الحقيقي.

8- إتاحة الفرصة لتكوين إعلام بديل يعبر عن اتجاهات المعارضة وقادر على الربط بين فئات اجتماعية مختلفة تتمثل في القوى الاجتماعية والثقافية والمدافعين عن حرية الرأي والتعبير، وآراء الأقليات أو اتجاهات مناوئة للمعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع، وتبني آراء وموضوعات لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام وسائل الإعلام التقليدية، والتصدي لهيمنة وسائل الإعلام التقليدية، وحشد الدعم والتضامن ضد سياسات النظام السياسي.

ومن ثم نجحت الشبكات الاجتماعية في جذب الشباب اليها وتنامى إهتمامهم بالقضايا المجتمعية والتعبير عن رأيهم، فهى خلقت جيلا مسيسا وناشطا إلكترونيا[1].

وبالتطبيق على ثورات الربيع العربي نجد أن حالة السخط العام من الممارسات القمعية للأنظمة الحاكمة على أرض الواقع قد تترجم الى رأى عام إلكترونى عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة، حيث لجأ الثوار الى الفضاء الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية للتعبير عن آرائهم وكسر الخوف وإتاحة التواصل فيما بينهم وتعميم الأخبار وفضح إنتهاكات الأجهزة الحاكمة بالصور والفيديوهات وخلق مجال عام من التفاعل بين المستخدمين مما أدى الى تكوين رأى عام إلكتروني ناقم عن الأوضاع المزرية سياسيا واقتصاديا وأمنيا وأجتماعيا[2].

خامسًا: أركان ومرتكزات الرأى العام الإلكتروني:

توجد خمسة أركان أساسية لا يقوم الرأى العام الإلكتروني الا بتوافرها مجتمعة **ويمكن إجمالها فيما يلي:**

1- المجتمع الافتراضي Virtual society (المستخدمين).

2- قضية جدلية أو موضوع معين يهم المستخدمين.

3- المناقشة الحرة والحوار بين المستخدمين (التفاعلية Interactivity).

4- التقنية الإلكترونية.

5- الزمن المحدد.

1- أحمد يونس حموده (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني فى القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدرسات الاعلامية، ص2.

2- مصعب حسام الدين لطفي (2012) دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" فى عملية التغيير السياسي مصر انموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين. ص ص 108، 110

الركن الأول: المجتمع الافتراضي (المستخدمين):

فالرأي العام الإلكتروني لا يتكون من رأي فرد واحد فقط، بل من مجموعة كبيرة من المستخدمين تأثروا بهذا الرأي واتبعوا وتبنوا الفكرة أو المعارضة، فينتج عن ذلك في النهاية رأياً عاماً، ويكون عرض الآراء عن طريق الكلام المنطوق أو الكلام المكتوب أو كليهما أو الصور أو الفيديوهات[1].

وفيما يلى عدة مفاهيم للمجتمعات الافتراضية:

1- المجتمع الذي يستخدم التقنية الإلكترونية من حاسب آلي وهاتف محمول(الجيل الثالث) وشبكة الانترنت، ويتميز هذا المجتمع بالاتصالية العالية والمشاركة الحرة والفعالة في تشارك المحتوى الرقمي ونشر المعرفة[2].

2- هى تجمعات اجتماعية لا ترتبط بمكان محدد ويكون بين تلك التجمعات وسائل للاتصال والتواصل عبرالفضاء الإلكتروني، ويجمعها أهداف مشتركة او اهتمامات متشابهه، ويكون هناك حرية في الانضمام الى هذه التجمعات او الخروج منها او تجميد الانضمام، وتعكس هذه المجتمعات تعبيرا عن حجم التفاعلات التي تحدث داخل الفضاء الإلكتروني عبر مستويات اجتماعية واقتصادية وجغرافية مختلفة، وترتكز على المعرفة وأهمية المعلومات، وقد يكون لها معايير اخلاقية او ثقافية معينة[3].

3- المجتمع الافتراضي هو عبارة عن فضاء ألكتروني مفتوح لتفاعل المستخدمين معا عبر طرح النقاشات والآراء، والتداول الفكري والمناظرات السياسية، والاتصال مابين الأفراد فى مسائل الشأن العام[4]. ويعتمد هذا الحوار علي عدد من المبادئ العامة تتمثل في عقلانية

1- متعب بن شديد بن محمد الهماش (2007) الرأى العام الالكتروني، مجلة الأمن والحياة - العدد 304 سبتمبر/أكتوبر2007، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، ص ص 48، 49.

2- quortrup. L. (2006) 'understanding new digital media: medium theory or complexity theory,' european journal of communication, vol 21, no (3) ,p 345.

3- وليد رشاد زكي عمر (2007) "الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي:بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية" رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب،جامعه عين شمس،ص ص 45-50.

4- خالد كاظم حماد (أبريل 2010) المجال العام الافتراضي وإعادة إنتاج السلفية "، مجلة الديمقراطية، العدد (38)، القاهرة، متاح على: http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?serial=399784&eid=247

التفكير، قبول الآخر، التسامح، الإيمان بالتعددية وحرية الرأي والتعبير، ويهدف الجميع من هذا الحوار النقدي البناء إلي التوصل إلي الاتفاق الجمعي، أو تكوين الرأي العام الإلكتروني[1].

4- المجتمع الذي يقوم على فضاء جديد أو جغرافيا جديدة تؤسسها الشبكات الإلكترونية التي تقيم فضاءا متشابكا يعيش فيه الإنسان بعلاقات وأواصر جديدة تربطه بالفضاء والزمن، والمجتمع المعلوماتي الجديد قائم على بنية اجتماعية هرمية تحكمها نخبة مثقفة تستلهم رؤيتها السياسية من العلم وليس من الإيديولوجيا ويقوم المجتمع المعلوماتى على ثلاثة مرتكزات: التاريخ والحداثة والتقدم التكنولوجى[2].

5- وهو عبارة عن بيئة الإفتراضية تتيح المعلومات الإلكترونية والتي تتصل عن طريق شبكات الكمبيوتر، كما يُعرف بأنه ذلك المجال الذي يتميز بإستخدام الإلكترونيات والمجال الكهرومغناطيسي لتخزين وتعديل أو تغيير البيانات عن طريق النظم المتصلة والمرتبطة بالبنية التحتية. وتعتبر المجتمعات الافتراضية مجالاً عاماً وسوقاً مفتوحا ويدل على وجود شبكة من التواصل والعلاقات بين من يستخدمونه ويتفاعلون معه مع انتقال كافة مجالات الحياة من إعلام وصحة وتعليم وحكومة والمواطنة والاقتصاد والسياسية إلى الفضاء الإلكتروني فيما يشبه بالحياة الموازية، إلى جانب ذلك أصبح الفضاء الإلكتروني وسيط ووسيلة في نفس الوقت لشن الهجوم وتنفيذ الأعمال العدائية بين الخصوم كغيره من مجالات الجو أو الفضاء أو البحر، ليُصبح وسيطاً جديداً للصراع ويحوي الفضاء الإلكتروني كماً هائلاً ومُتسع عبر الشبكات ونظم المعلومات واتصاله وتداخله مع الفضاء الخارجي والأقمار الصناعية[3].

6- مجتمعات تقوم على علاقات أفتراضية تظهر بين الأفراد الذين يتشاركون عبر الانترنت،ولا يقطن أعضاؤها في مكان واحد ولكنهم موزعون في أنحاء مختلفة ومنتشرة حول العالم يجمع بين هذه التجمعات اهتمامات مشتركة ومختلفة[4].

1-lüders, m. (2008) conceptualising personal media, new media and society, vol 10, no (5) ,p 683.

2- فايزة يخلف (2014)، الإعلام الجديد بين ثراء المنظومة المفاهيمية وإستعصاء العدة الإجرائية، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، ص 8.

3- عادل عبد الصادق (مارس 2011) الفضاءالالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والادوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ص ص6- 7.

4- ev. Brenner (2000) report from the field virtual community in the business world, information today, vol 17 , issue 11, dec. 2000, p. 67-68.

7- بأنها تجمعات اجتماعية تجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة وأهل التخصص الواحد وأصحاب الرأي وجماعات السمر والدردشة- وتبادل المعلومات والنوادر ويمكن لأي عضو في هذه الجماعة أن يبث حديثه لجميع أعضائها دون استثناء أو يختص فريقا منهم أو يسر لفريق بعينه ما يريد أن يحجبه عن الآخرين ويمكن للعضو أن يقدم نفسه تحت أسماء مستعارة بل ويمكن أن يتنكر العضو في شخصيات متعددة.[1]

8- تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي[2].

9- تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن يجمع بينهم شعور إنساني كاف بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني[3].

10- وتقدم دراسة ولاء مسعد إسماعيل (2011)[4] مفهوما للمجتمعات الافتراضية السياسية وتوصفها بأنها مجتمعات تنشأ على أساس التوجهات الايدولوجية والسياسية لأعضائها لمناقشة فلسفة هذه التوجهات أو المبادئ وتبادل الآراء والمعلومات التى تحمل طابعا سياسيا، وعادة ما يبحث أفرادها على قدر أكبر من الحريات للتعبير عن آرائهم وأفكارهم السياسية ومناقشة وتحليل القضايا السياسية المختلفة، وتؤكد الدراسة ان الحوار بين اعضاء الجماعات السياسية الافتراضية ينطوى على قدر عال من العدوانية والتمييز حيث غالبا ما تبنى الحوارات على إبراز العداء للجماعات الاخرى التى تعارضهم الرأى والتركيز على تميزهم وتفدهم وهو ما يؤكد ان مفهوم الديمقراطية الافتراضية لا يزال غائبا فى هذه المجتمعات، وعادة ما يتبنى فكر الجماعة السياسية الافتراضية رأى الاقلية فى المجتمع الواقعي أو عكس وجهة النظر التى يتبناها الرأى العام الحقيقي.

1- نبيل علي (2001) الثقافة العربية وعصر المعلومات رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، مجلة عالم المعرفة، عدد 265، ص501.

2- بسيوني إبراهيم حمادة (2001) حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة مع إشارة خاصة إلي الوضع في الدول النامية، كراسات التنمية، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ص34-53.

3- أحمد زايد (2003) عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، المجلد 3، يوليو - سبتمبر 2003، ص61.

4- ولاء مسعد إسماعيل (2011) المتجمع الافتراضي والهوية دراسة تطبيقية على الجمهور المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 201، 211.

ومن خلال الطرح السابق للمفاهيم التي تتعلق بالمجتمعات الافتراضية تجدر الإشارة إلي أن هناك ثمة اتفاق حول الآتي:

1- المجتمعات الافتراضية تشير إلي تجمعات اجتماعية لا مكانية بمعني لا يشكل أعضاؤها تجمعا مكانيا فلا يجمع بين أعضائها إطار جغرافي ولكن هذه التجمعات تنطلق لتشمل أفرادا ينتمون إلي هويات وقوميات مختلفة.

2- اتفقت المفاهيم الآنفة علي أنه ثمة وسيلة تجمع بين أعضاء هذه الجاليات التي تنتشر في الفضاء الرمزي وهي الشبكة الدولية للمعلومات بمواقعها المختلفة وشبكاتها الاجتماعية.

3- هناك اتفاق بين جميع المفاهيم علي وجود اهتمامات مشتركة بحيث يشترط لعضوية الفرد في إحدي الجماعات الدخول إلي موقع الجماعة التي تتفق واهتماماته بحيث يتقابل مع أعضاء آخرين من نفس الاهتمام بشكل مستمر أو متقطع.

4- يمكن لأي عضو في الجماعة أن يدخل في مناقشات مع فرد واحد أو أكثر في مضامين تتفق واهتمامات الأفراد كما يمكن للفرد أن يشارك في أكثر من جماعة علي حسب ميوله واهتماماته(1).

ومن ثم توجد تقاطعات بين المجتمعات الحقيقية والمجتمعات الافتراضية، إذ أنه في الغالب يحدث بين المتفاعلين افتراضيا مثلما يحدث في الواقع الحقيقي ولكن ليس عن قرب، وتتيح هذه التجمعات حرية قد لا تكون متوافرة في الواقع المعاش مثلما هي في الحيز الرمزي(2).

والجدول التالى يبرز أهم الفروق الجوهرية بين المجتمعات الواقعية والافتراضية:

الفروق / المجتمعات	البقاء	المكان	المحلية/العالمية	الادراك	الاتصال	العلاقات
المجتمع الواقعي	دائم	محصور بمجال جغرافي معين	المحلية	من خلال الحواس الخمسة	مواجهي	حقيقية
المجتمع الأفتراضي	مهدد بالزوال	غير محصور بمجال جغرافي	العالمية والكونية	من خلال الآراء والأفكار والمفاهيم	وسيطي	أفتراضية

الجدول (3) الفروق بين المجتمعات الواقعية والافتراضية

1-jiang, min. "chinese internet collective incidents: cyberactivism vs. Counter-activism" paper presented at the annual meeting of the nca 96th annual convention, san francisco, p 13.
2-toni ahlqvist, asta bäck, sirkka heinonen, minna halonen, (2010) "road-mapping the societal transformation potential of social media", vol. 12 iss: 5, pp.10-11

ويتألف المجتمع الافتراضي من أربعه مكونات رئيسية هي[1]:

1- المكان الافتراضي قد يكون موقع على الانترنت او شبكة إجتماعية.

2- التجهيزات التكنولوجية (الأسلاك والمُحولات والبنية التحتية المعلوماتية كالكابلات).

3- المستخدمين الفاعلين (بمختلف الهويات والثقافات).

4- المحتوى الإلكتروني (المعلومات).

ويتميز المجتمع الافتراضي بغياب الحدود الجغرافية وغياب الحكم القاهر لعنصر الزمن، ويتطلب ذلك العالم الافتراضي لوجود هيكل مادي من أجهزة الكمبيوتر وخطوط الاتصالات، ومن ثم فان ما يعمل داخل هذه الأجهزة يمثل نمطا من القوة والسيطرة، حيث تصبح القيمة الحقيقية للفضاء الإلكتروني هي القدرة على الاستفادة من كم المعلومات الموجودة داخله والمساهمة والتحكم بها في إطار وشكل الكتروني تفاعلي[2].

ويُعد المجتمع الافتراضي مجالاً عاماً وسوقاً مفتوحاً ويدل على وجود شبكة من التواصل والعلاقات بين من يستخدمونه ويتفاعلون معه مع شموله لكافة مجالات الحياة من إعلام وصحة وتعليم واقتصاد وسياسة فيما يشبه بالحياة الموازية، إلى جانب ذلك أصبحت المجتمعات الافتراضية وسيطا ووسيلة في نفس الوقت لشن الهجوم وتنفيذ الأعمال العدائية بين الخصوم كغيره من مجالات الجو أو البر أو البحر، ليُصبح وسيطاً جديداً للصراع[3].

وتمتاز المجتمعات الافتراضية بمجموعة من الخصائص وهى:

1- إنتظام الأفراد معا دون علاقة محددة تربطهم بمكان وزمان معين.

1- gane, n. And beer, d. (2008) new media: the key concepts. Oxford: berg ,p44.

2- küng, l., picard, r.g. And towse, r. (2008) the internet and mass media. Los angeles: sage.p48.

3-عادل عبدالصادق (مارس 2011) الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والادوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ص ص 2- 7.

2- التعبير عن المشاعر في المجتمعات الافتراضية يتم من خلال الرموز والرسوم الجرافيكية أو الرسائل النصية[1].

3- الأعضاء لديهم غرض مشترك، ومصلحة واهتمام واحتياج، أو نشاط بسبب الإنتماء للمجتمع الافتراضي المعني[2].

4- وجود المعلومات وتداولها بين أعضاء المجتمع بسهولة.

5- هناك إطار مشترك للتقاليد الاجتماعية واللغة والبروتوكولات المتبعة[3].

وبإسقاط نفس المعايير التي حددها هابرماس في نظريته المجال العام على المجتمع الافتراضي نجد انه يتسم بثلاث سمات رئيسية وهى[4]:

المساواه: في المجتمعات الافتراضية يتم التغاضي عن المكانة والمترلة الاجتماعية لأي شخص، ويتم التعبير عن كافة الآراء بشكل حر وكامل دون مراعاة وتأثير لرأي المشاركين، وهنا يتحقق مبدأ المساواة.

سلطة التفسير والتعبير عن الرأى: تعتبر سلطة التفسير من أهم السلطات في المجتمعات الديمقراطية، ومن يمتلكها هو المواطن العادي وليس الدولة أو المؤسسة الدينية كما أوروبا في العصور الوسطى، وبالقياس نجد ان المجتمعات الافتراضية تتيح لمستخدميها سلطة التفسير والنقد والتعبير عن رأيهم حتى ولو أصتدم مع الرأى العام الواقعي، أو رأى الأغلبية.

الشمولية: لا يمكن استثناء أي فرد أو مواطن من المشاركة في الجدل السياسي والجدل حول مختلف القضايا المجتمعية. وكما ساعد الإعلام التقليدي على تشكيل الرأي

1- مريم نريمان نومار (2012) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، ص ص 92، 93.

2- juanita darling and mira foster (2012) preparing students to join the global public spher, **international studies perspectives** , vol 13 , p 425

3 - consalvo, m. And charles, e. (2011) **the handbook of internet studies**. London: wiley-blackwell , p71.

4- نوال بركات (2014) الفضاء السيبيري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 6.

العام، يعمل الإعلام الاجتماعي على صناعة القضايا وتشكيل رأي عام حولها، بل وسهل من ذلك سهولة وصول الفرد إلى صفحته الخاصة في أدوات الإعلام الاجتماعي من خلال الهواتف المحمولة الملازمة للفرد طوال الوقت.

وتتشكل داخل المجتمعات الافتراضية مجموعة من العلاقات التي تنشأ بين المستخدمين، من خلال الاتصالات المتكررة التي تتحول إلى رابط اجتماعي، يمكن أن يتحول إلى علاقة حقيقية في الواقع(1).

وتخلق المجتمعات الافتراضية لدى الأفراد حالة الاحساس بالمجتمع أو الجماعة (Sense Of Community) ويخلق هذا الشعور نتيجة لمجموعة من العوامل وهى(*):

1- الشعور بالانتماء: Belonging إلى جماعة من خلال عضويتها ومتابعة ما يحدث فيها وسهولة التفاعل مع أفرادها.

2- الشعور بالقدرة على التأثير Influence / Impact: في تلك الجماعة أو المجتمع الافتراضي من خلال ردود الأفعال التي يتلقاها الفرد من أعضاء الجماعة أو أفراد المجتمع الافتراضي، كذلك التأثير بما يحدث في ذلك المجتمع.

3- تبادل الدعم:Support واشباع الحاجات النفسية والارتباط الوجداني بأفرادالجماعة من خلال تبادل التهاني والتعارف والمواساة والنصيحة وبطاقات المعايدة وما إلى ذلك.

1- مريم نريمان نومار (2012) استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، ص 9.

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- سهيلة بو عمر (2014) المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت :بين الانفتاح والعزلة، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 9.

- James douglas fielder (2012) dissent in digital: the internet and dissent in authoritarian states , unpublished phd thesis , the graduate college of the university of iowa , p 24-25.

- Kelly, nathan" (2008) .inequality and political moods: income distribution and the dynamics of public mood"paper presented at the annual meeting of the mpsa annual national conference ،chicago ،p4.

- Yuqiong zhou , patricia moy (2007 (parsing framing processes: the interplay between online public opinion and media coverage، journal of communication، vol57 ،issue 1 ،pp 79-81.

4- الحضور والتواجد Availability: وهما نقيض العزلة والغياب الذين نتجا عن هيمنة القيم المادية فى العالم الواقعي، فلا يتصور أن يبقى المرء طويلا في مجتمع افتراضي ليس فيه من يتواصل معه فلا يسمع فيه صدى صوته، وقد يؤدى الحضور والتواجد الافتراضي إلى عزلة وغياب عن العالم الواقعي.

5- الثقة Trust: لا يستطيع الفرد أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق في أحد من أفراده ولا يشعر بالأمان فيه.

6- الخلفية المشتركة Common Background: تزداد قوة العلاقات الافتراضية كلما تأسست على خلفية مشتركة في العالم الواقعي أو على اهتمامات وهويات وميول مشتركة في العالم الافتراضي، حيث تنشأ تجمعات افتراضية حول قضية أو نجم من نجوم الفن أو الرياضة أو حول مفكر أو عالم أو شخصية سياسية.

والمجتمعات الافتراضية بمفهومها الشامل تتعدد أهدافها وغايتها وفقا لطبيعية المجتمع، **ومن ثم تسعى المجتمعات الافتراضية الى تحقيق مجموعة من الغايات المختلفة وهى**[*]:

- **غايات دينية أخلاقية Religious And Moral:** من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.

- **غايات تجارية Commercial:** من خلال التسويق والإعلان والترويج.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- نوال بركات (2014) الفضاء السيبيري والعلاقات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي بين جغرافيا الواقع والجغرافيا الافتراضية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 15 – 17.

- Wagner ‹mike. And gruszczynski, michael" (2012) .an emotional opinion page: editorial mood and the dynamics of public opinion "paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, montreal, canada ‹p6.

- Ashraf m. Attia ,nergis aziz and barry a. Friedman (2012).

- The impact of social networks on behavioral change: a conceptual framework, world review of business research vol. 2. No. 2 , p. 91.

- joseph b. Walther, david deandrea, jinsuk kim, & james c. Anthony (2010) the influence of online comments on perceptions of antimarijuana public service announcements on youtube , human communication research. Vol 36 , p 469.

- **غايات سياسية Political:** من خلال التحريض والتعبئة، وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر

- **غايات تعليمية Educational:** من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات.

- **غايات ترفيهية Recreational:** من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصورة وما إلى ذلك.

- **غايات نفسية اجتماعية Social-pyschological:** خروجا من العزلة وسعيا إلى بناء العلاقات.

- **غايات أدبية: literary** من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها.

- **غايات غير أخلاقية Unethical:** كالممارسات الجنسية المحرمة.

غايات عاطفية Emotional: كبناء علاقات عاطفية منها ما ينتهي بالزواج أو بالفشل.

وللمجتمعات الافتراضية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة - بإعتبارها أهم تطبيقات المجتمعات الافتراضية - العديد من الوظائف السياسية **والتى يمكن إجمالها فيما يلي:**

1- تساهم فى فى رفع مستوى وعى المواطنين بأبعاد الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية التي يمر بها المجتمع.

2- تساهم فى فاعلية التشارك الاتصالى، حيث لا يقتصر دور الفرد على مجرد تلقى الرسائل المرسلة من المصدر، بل إبداء الرأي فى صياغة الأهداف العامة للمجتمع، وقد يمتد هذا الدور إلى بعد عملي يسمح للفرد بالمشاركة الجادة فى وضع الأهداف المعدة موضع التنفيذ[1].

1- محمد نور البصراتي (2014) دور الإعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية مصر نموذجاً، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 9: 10.

3- توجد مجال عام سياسي ديمقراطي يقنع المواطن بجدوى المشاركة ويزيد من الفاعلية السياسية للمستخدم والأحزاب والنقابات والجمعيات وجماعات المصالح[1].

4- تساعد الأحزاب و القوى السياسية على إثارة القضايا الجماهيرية المختلفة.

5- تساعد على توافر الأطر التي من خلالها يعبر الأفراد عن أرائهم تجاه القضايا المتجددة بمجتمعهم سواء كانت هذه الأطر حكومية أو خاصة، بل ويستطيع الفرد أن يستحدث أطر جديدة للتعبير عن الرأى ومزاولة النقد والتحليل[2].

6- تعتبر أحد أدوات التأثير فى الدعاية الإنتخابية للمرشحين السياسيين بمختلف الأشكال الإنتخابية سواء الأفقية (كإنتخابات النقابات والنوادى والجمعيات) أو العمودية (كالإنتخابات الرئاسية والنيابية) وكذلك أداه هامة فى حملات العلاقات العامة السياسية سواء لتدعيم أو إصلاح أو بناء صورة ذهنية عن كيان أو حزب أو شخصية سياسية معينة[3].

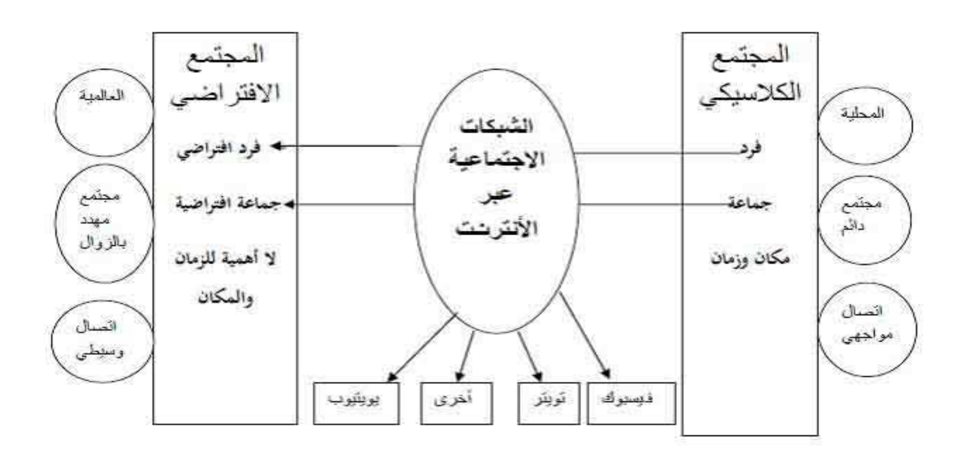
7- تعتبر نافذة زهيدة الثمن للتسويق السياسي لأفكار وأنشطة الأحزاب السياسية بأقل جهد ووقت.

8- تسهم فى غرس قيم التنشئة السياسية لدى المستخدمين والتربية على حرية التعبير والاختيار والابتعاد عن النموذج السلطوي في التنشئة[4].

- تنمى الفكر النقدى والرؤى التحليلية الناقدة للمستخدم[5].

1- rudaina yousif & mahmood j. Alsamydai (2012) the impact of the political promotion via facebook on individuals' political orientations , **international journal of business and management** ,vol. 7, no. 10 , p 85.
2- morales, laura., ruedin, didier & others (2015" (immigration waves, public moods, and policy responses. A comparative analysis of seven european countries **"paper presented at the annual meeting of the eighteenth international conference of the council for european studies**, barcelona, spain ‹p8.
3- shen ‹fei., wang, ning. And guo, steve" (2008).online network size ‹efficacy, and opinion expression: tracking the pro-civic functions of internet use in china, 2003-2007 "**paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication,** chicago‹p 22.
4- yoonmo sang (2013) the political mapping of korean twitter users , **paper submitted to the international communication association annual convention, political communication division**, london, p5.
5- lee ‹seung hee" (2009) .macroeconomicconditions, public preferences for redistributive policies, and policymood ".paper presented at the annual meeting of themidwest political science association 67th annual national conference, chicago ‹p3.

وفيما يلى رسم توضيحي لبيان عملية التحول من المجتمع الكلاسيكي الى المجتمع الافتراضي عبر الشبكات الاجتماعية.



شكل (9) عملية التحول من المجتمع الكلاسيكي الى المجتمع الإفتراضي

الركن الثاني: قضية جدلية أو موضوع معين يهم المستخدمين:

فلابد من وجود قضية ذات طابع جدلى أو موضوع محدد يهتم به المستخدمون أو فئة منهم كالشباب مثلا، حيث يكون لهذه القضية الأولوية فى النقاش الإلكتروني نظرا لأنها تؤثر عليهم بشكل مباشر لمساسها بمصالحهم أو ظروف حياتهم أو عقيدتهم، وقد يكون تأثير القضية على المستخدم غير مباشر فتلامس مشاعره ووجدانه.

وتشير دراسة Shiwen Wu, Na Liu (2013) الى ان هناك أربع انواع للقضايا التى تثير الجدل وهى[1]:

1- قضايا شعبية بحتة Bottom issue: ليس لها علاقة بالسياسة ولكن ذات طابع إجتماعى مثير وغريب.

2- قضايا السياسة العامة Public policy issue: وهى ترتبط بكل الاجراءات والقرارات المختلة التى تتخذها السلطات الحكومية التنفيذية.

3- قضايا الشرعية legitimated issue: وهى القضايا المرتبطة بالدساتير، والقوانين التشريعية، والأحكام القضائية، والتعديلات الدستورية.

4- قضايا حقوقية Issuehuman Rights: مرتبطة بحقوق الانسان بانواعها المختلفة وكذلك العدالة الاجتماعية.

الركن الثالث: المناقشة الحرة و الحوار بين المستخدمين (التفاعلية Interactivity):

حيث أنهما السبيل الكفيل لتشكيل الرأي العام الإلكتروني ففي غياب المناقشة الحرة والحوار يكون من الصعوبة أن يتكون الرأي العام الإلكتروني، لأنه يتشكل نتيجة تفاعل اتصال الأفراد و تلاقي أفكارهم مع بعضهم البعض أو اختلافها، وقدرتهم على التعبير عن هذه الآراء بحرية.

ويندرج تحت هذا الركن مفهوم التفاعلية الإلكترونية حيث تعتبر التفاعلية أكثر الخواص التي ذكرها الباحثون كخاصية أساسية تميز الشبكات الاجتماعية ووسائل الاعلام الجديد بصفة عامة، وهى الخاصية التي تحدد معنى الإعلام الجديد أكثر و أقوى من أي خاصية أخرى[2].

1- shiwen wu , na liu (2013) contentious discourse and dynamic frames: the interplay among media report, online public opinion, and government discourse in public event, paper presented to the annual conference of association for education in journalism and mass communication ,washington,p7.
2-katerina serafeim (2012) the impact of social media on press freedom in greece: benefits, challenges and limitations , journal for communication studies, vol. 5, no. 1 , p 9.

والتفاعلية تعتبر نوع من المشاركة التى تتم عبر البناء الشبكي الإلكتروني، والذي يتمثل في مجموعة من الحزم الاجتماعية التي تتمثل في الأفراد أو الجماعات أو كيانات مثل الشركات والمؤسسات الافتراضية، ويمثل البناء الشبكي الرابط بين الأفراد والمجموعات، من هنا يتضح أن المشاركة في السياق الافتراضي هي تفاعل بين الأفراد أو المجموعات يتم من خلال وسيط الانترنت وعبر المجال العام الافتراضي لمناقشة قضايا ذات طابع شخصي أو اجتماعي، يتمخض عنها منفعة للأفراد أو الجماعات[1].

ومن خلال الاعتماد على المنهج التجريبي هدفت عدة دراسات،[*] الى التعرف على مدى تفاعلية المستخدمين للمواقع الاخبارية فى إبداء تعليقاتهم المكتوبة على مقالات الرأى لوحظ أن المستخدم لم يكتف بالتعليق على المقالات وكتابة رأيه بل يقوم أيضا بمشاركة المقالات عبر صفحته الشخصية بالشبكات الاجتماعية ولاسيما تويتر وفيس بوك، ويطلب من أصدقائه المستخدمين التعليق على المقال ولاسيما إذا تعلق المقال باحد موضوعات السياسة العامة، ومن ثم فالتفاعلية أصبحت ركنا هاما لخلق حالة الجدل بين المستخدمين.

وتتفق نتائج عدة دراسات[**]، على إشتراك المستخدمين فى عدة دوافع للتفاعلية حول القضايا والأخبار السياسية، ومن هذه الدوافع حاجة المستخدم للرد على تعليقات الآخرين

1- garry robins ‹yoshikashima (2008) social psychology and social networks: individuals and social systems ‹asian journal of social psychology ‹vol 11 ‹black well publication ‹p 5- 6.

*- الدراسات هي:

- Ash, erin., hettinga, kirstie. & halpern, daniel (2015) "effects of a trend: the influence of user comments on readers' perceptions of online newspapers" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, boston. Pp6-8.
- Lee, eun-ju.(2014) "effects of readers comments on internet news sites on construction of social reality" paper presented at the annual meeting of the international communication association, suntec singapore international convention & exhibition centre, suntec city, singapore, pp.24-26.
- Sanders-bonelli, anna. (2013) "exploring attitudes about infertility and infertility treatment: a content analysis of online news reader comments" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, new york ,pp20-22.

**- الدراسات هي:

- Santana, arthur (2015) "conversation or cacophony: newspaper reporters' attitudes toward online reader comments" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, chicago. Pp 10-13.
- Oh, soo-kwang. & nan, xiaoli. (2012) the reader's willingness to comment on online news articles: a study of the individual's behavioral responses in light of media effects theories and online news" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, chicago, pp 18-19.

المختلفين معه فى الرأى، ودافع الإستفزاز السياسي من الأخبار المتعلقة بالتمجيد فى النظم الحاكمة مما دفعهم للتعليق بشكل يحمل فى طياته سب أو سخرية.

بينما أوضحت نتائج دراسة كل من (Gallicano, Tiffany& others 2015)[1] و(Zheng, Nan& others 2010)[2] أن الدافع الأساسي للتفاعل بين المستخدمين عبر المدونات يتمثل فى إبداء الإعجاب بالتدوينة التى يكتبها صاحب المدونة، أو النقيض تماما من خلال إبداء نقد ليس فى فكرة التدوينة بقدر ماهو موجه لصاحب المدونة نفسها.

وقد قام كايوسيس (Kiousis, 2002)[3]. بشرح أربع مؤشرات تدل على وجود التفاعلية، وهي عبارة عن تعريف إجرائي للتفاعلية من وجهة نظر المستخدم،**والمؤشرات الأربعة هي:**

1- القربProximity: المقصود الإحساس بالقرب الإجتماعي من الآخرين. بمعنى أن وسائل الإعلام الجديد توفر للمستخدم فرصة التواصل مع الآخرين بطريقة تتلاشى فيها المسافة بينهم مهما كانت بعيدة.

- Santana, arthur.(2011) "pushed to the periphery: incivility in online newspaper readers' comments" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication , boston, pp 26.

**- الدراسات هي:

- Santana, arthur (2015) "conversation or cacophony: newspaper reporters' attitudes toward online reader comments" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, chicago. Pp 10-13.
- Oh, soo-kwang. & nan, xiaoli. (2012) the reader's willingness to comment on online news articles: a study of the individual's behavioral responses in light of media effects theories and online news" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, chicago, pp 18-19.
- Santana, arthur.(2011) "pushed to the periphery: incivility in online newspaper readers' comments" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication , boston, pp 26.

1-gallicano, tiffany., cho, yoon. & bivins, thomas (2015) "what do blog readers think? A survey to assess ghost blogging and commenting" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, chicago , pp 13-15.

2-zheng, nan., tremayne, mark., lee, jae. & jeong, jaekwan.(2010) "public deliberation on the web: readers comments in the iraq war blogosphere" paper presented at the annual meeting of the international communication association, quebec, canada, pp 14-15.

3-kiousis, s. (2002) 'interactivity: a concept explication, new media and society, vol 4, no (3) , p p330-333.

2- إثارة الحواس Sensory Activation: وهي مدى شعور المستخدم بالإثارة الحسية نتيجة تنوع وثراء المحتوى الإتصالي للوسيلة الإتصالية.

3- السرعة المدركة Perceived Speed: وهي مدى إحساس المستخدم بسرعة تجاوب الوسيلة الإتصالية وسرعة تلبيتها لحاجته للمعلومات والإتصال بالآخرين.

4- الحضور الإلكتروني Telepresence: أي مدى توفر الخصائص التى تسمح للمستخدم بالتواجد من خلالها بمعظم حواسه، بحيث يكون حضوره مشابه للحضور والتواجد الفعلي. فمثلاً، الإتصال والتراسل الفوري الإلكتروني بالصوت والصورة يجعل من هذا الإتصال قريب جداً من مواصفات الإتصال الشخصي وجهاً لوجه.

من ناحية أخرى، قدم ماكميلن (McMillan, 2002) خمسة أبعاد تحدد مفهوم التفاعلية وهي[1]:

1- إتجاه الإتصال The Direction Of Communication: بمعنى توفر الإتصال في إتجاهين أو أكثر، وليس في إتجاه واحد كما هو في الإعلام التقليدي.

2- المرونة في الوقت وأدوار المشاركة Flexibility About Time And Roles In The Exchange: وهو إحساس المستخدم بالتحكم بوقت المشاركة، بحيث لا يكون الوقت محدد ومفروض من جهة مركزية، وكذلك المرونة في تحديد دور كل طرف، وعدم سيطرة طرف واحد على سير عملية المشاركة.

3- الإحساس بالمكان في بيئة الإتصال Having A Sense Of Place In The Communication Environment: هو الإحساس بالمكان الفعلي والإفتراضي بحيث تكون معالم وشروط الإتصال والمشاركة واضحة.

4- مستوى السيطرة على بيئة الإتصال Level Of Control Of The Communication:Environment والمقصود إحساس المستخدم بقدرة على تحديد بيئة الإتصال وشروطه من حيث تحديد المواضيع ومكان وزمان المشاركة.

5- الإحساس بالهدف أو الغرض من الاتصال (تبادلي أو إقناعي) Perceived Purpose Oriented To Exchange Or Persuasion في الإتصال التفاعلي يكون هدف الإتصال هو تبادل المعلومات والآراء بصورة متكافئة نسبياً، أما في الإعلام التقليدي فيغلب عليه طابع الإقناع من طرف واحد.

1-mcmillan, s.j. (2002). 'A four-part model of cyber-interactivity: some cyber-places are more interactive than others. New media and society, vol 4, no(2),pp 272-275.

ويعتمد ركن الحوار والتفاعلية أوالمشاركة الافتراضية على ثلاث دعائم:[1]

1- المعرفة: مثلما تمثل المعرفة أساساً للمشاركة في تفاعلات السياقات الواقعية، فهي ضرورة أيضا للمشاركة عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية، وخاصة أن المجتمع الافتراضي يقوم بالدرجة الأولي علي المعرفة، فلا مشاركة بدون معرفة. ولا يقصد بالمعرفة ضرورة الفهم بموضوع الاشتراك فقط ولكن يشمل أيضا معرفة طريقة النفاذ إلي المشاركة مع الآخرين عبر مواقع الشبكات الاجتماعية أو غيرها.

2- الفعل: إذا كانت المعرفة تشكل البعد الأول للمشاركة في سياقات التفاعلات الافتراضية، فإن الفعل يشكل الركن الثاني المكمل للمعرفة، فلا فعل بدون معرفة، والمعرفة لا ترقي إلي مستوي المشاركة بدون فعل. والمقصود بالفعل هنا هو النشاط الذي يقوم به الشخص المتفاعل، والذي يمتلك القدرة علي النفاذ إلي مواقع التفاعلات للاشتراك في الموضوعات المتباينة للتفاعلات عبر الانترنت. فإذا وقف المتفاعل علي أعتاب المعرفة فقط لم تكتمل المشاركة. فهناك بعض الأفراد قد يمتلكون آليات المعرفة والنفاذ إلي الشبكة ويقفون عند هذه النقطة دون أن يحولوا المعرفة إلي تلك معرفة بالفعل من خلال عملية المشاركة.

3- التفاعل: المقصود بالتفاعل هنا هو تبادل المعلومات والمعارف، فتكتمل المشاركة بتحويل الفعل أو النشاط إلي تفاعل، وقد يكون هذا التفاعل مع الأفراد أو يمتد إلي الجماعات، مع الأخذ في الاعتبار أن تفاعلات ومشاركات المجتمع الافتراضي تقوم بالأساس علي مشاركة الاهتمامات.

وهناك مجموعة من العوامل التى تتيح عملية التحاور والنقاش والتعبير عن الرأى الإلكتروني على الساحات الافتراضية ومنها[2]**:**

1- إتاحة مجال حر لمناقشة الافكار وطرح الاراء بدون رقابة.

2- امكانية الوصول لقطاع عريض من المستخدمين الاخرين.

1-kyle heim (2010) the boys on the blogs: intermedia agenda setting in the 2008 u.s. Presidential campaign, unpublished phd thesis, the faculty of the graduate school, the university of missouri-columbia.p53.

2- ماجدة مراد (2012) تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدعم الوعي السياسي لدى الشباب المصري الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 42، ص 77، ص 80.

3- امكانية التجهيل وعدم ذكر هوية المستخدم مما يجعله فى مأمن من خطورة مواجهة السلطات.

4- الاقتدار السياسي: وهو حالة ذهنية يشعر بها المستخدم للشبكات الاجتماعية بانه يملك القدرة على فهم مواطن الخلل والكشف عن آثارها على الفرد والجماعة وان يبدي رأيه دون خوف أو عقاب.

5- الاهتمام السياسي: أى إنغماس المستخدم فى الواقع الافتراضي.

6- التسامح الفكرى المتبادل: من خلال السماح بكل التوجهات السياسية ان تعبر عن رأيها

وتشير دراسة محمد نور البصراتي (2014) الى ان هناك مجموعة من الدوافع السياسية للمناقشة الحرة و للتعبير عن الرأى الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية[(1)]:

1- البيئة السياسية فى الدول التسلطية، تجعل الرسالة الاعلامية الموجهة -عبر وسائل الاعلام التقليدي- لتلك الشعوب مشكوك فى مصداقيتها، حيث يتبع الاعلام التقليدي الدولة ويتحدث بلسان حال الأنظمة الحاكمة، وفى اتجاه واحد غالباً، وبالتالى يذهب الجمهور من دور المتلقى الى دور المستخدم للشبكات الاجتماعية، بل ومنتج للمحتوى، فجاءت الشبكات الاجتماعية لتملئ فراغ تعدد الاراء، دون التقيد برأى واحد وليصبح الجمهور فعال وليس سلبي.

2- إن التحديات التى تواجه التعدد الحزبى – دون اجراءات التراخيص فحسب – بل على فاعلية الأحزاب والجماعات والحركات فى الحياه السياسية واتصالها بالجماهير، والاضرار التى من الممكن ان تلحق بالمواطن عند مشاركته فى مظاهرات أو الاعتراض على السياسات العامة للحكومة، أو حتى الاجهار برأى سياسى مخالف لرؤية النظام الحاكم، جعلت الكيانات الناشطة ترى فى الشبكات الاجتماعية طوق النجاه للتخلص من تلك القيود والتعبير عن الرأى بحرية.

3- الإعلام التقليدى أفقد ثقة الجمهور فيه، حيث ان الإعلام الرسمى لم يكن يسمح لأحد بمعارضة نظام الحكم وكذلك الاعلام الخاص الموجه من اصحاب المصالح، ففى كثير

1- محمد نور البصراتي (2014) دور الإعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية مصر نموذجاً، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 8، 9.

من الاحيان يقف عند درجة معينة من النقد لتداخل علاقاته مع النظام الحاكم، وهو الأمر الذى أوجد ضرورة وجود متنفس للإعتراض.

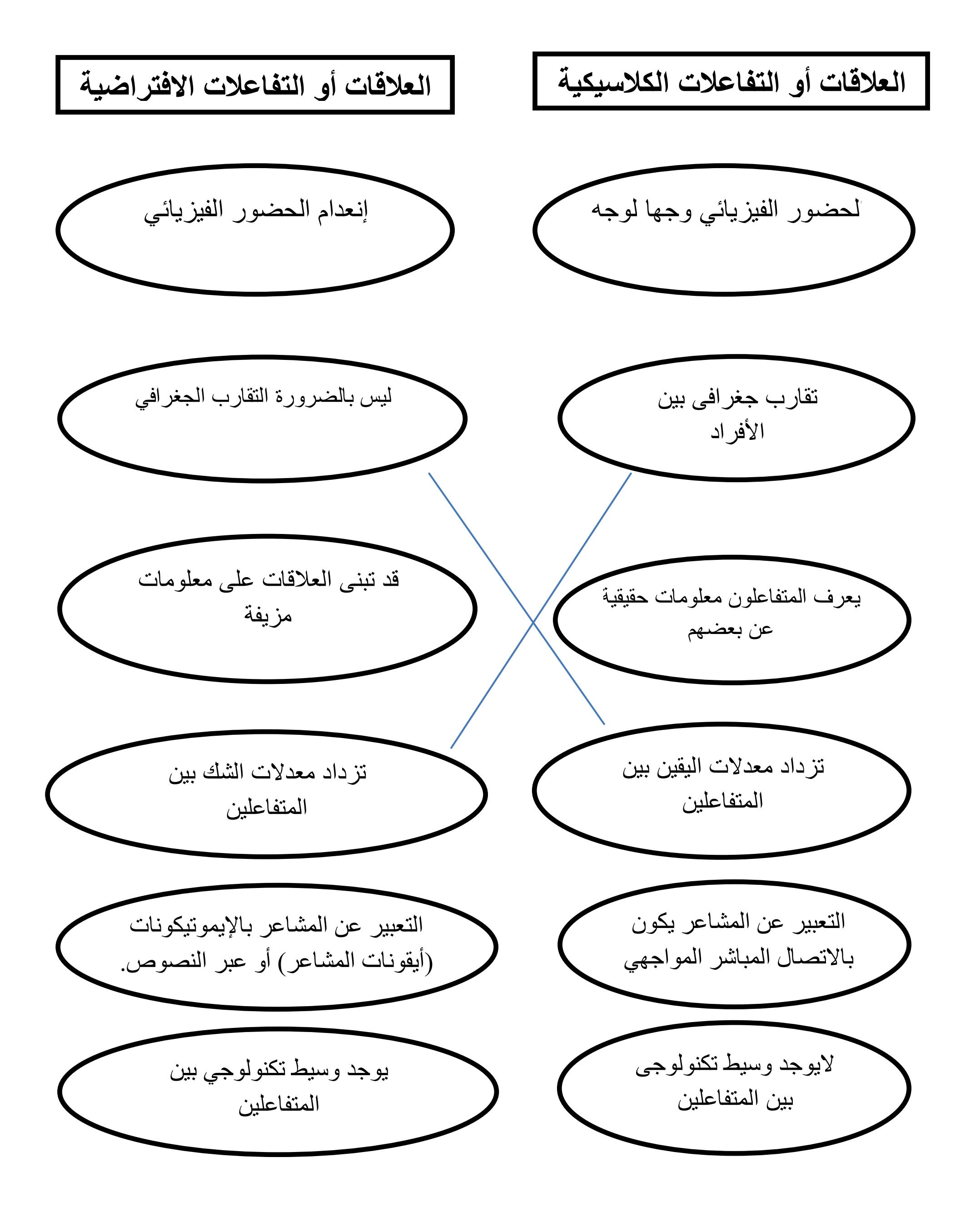
4- شعور الفرد بأهمية مشاركته بالرأى فى قضية معينة عبر الشبكات الاجتماعية، ولاسيما بعد مساحة الحرية التى تمخضت عن ثورات الربيع العربي، وإنغماس الجمهور فى الحياه السياسية، وقد أتاحت الشبكات الاجتماعية مساحات وفيرة للتعبير عن الرأى بل وتجاوب الآخرين مع المستخدم والتحاور معه فى آرائه المطروحة عبر صفحته الشخصية.

5- تتيح الشبكات الاجتماعية حرية الابداع وتحفز على الابتكار فى توصيل الرسالة الاعلامية، وبالتالى تجتذب فئات مختلفة، تعمل على تطوير اداؤها من أجل اثبات التميز والقدرة على منافسة الأخرين فى طرح وجهات النظر.

وبالتالى كان المواطن يبحث عن وسائل إعلام غير تقليدية وغير مراقبة، يستطيع أن يتفاعل معها دون قيود أو خوف أو مصادرة لأرائه، ومن ثم وجد المواطن ضالته فى الخروج من القمع والتهميش وإنكار الرأى الاخر من خلال منفذ وفضاء الشبكات الاجتماعية، فأصبح انخراط المواطن فى استخدامها هو البديل الديمقراطى للتعبير عن الرأى والحق فى ممارسة المشاركة السياسية[1].

1- papacharissi, zizi. (2014) "a networked self: emerging sociabilities on social network sites" **paper presented at the annual meeting of the nca 96th annual convention**, san francisco,p4.

والشكل التالى يبرز أهم الفروق العكسية بين التفاعلات الكلاسيكية والافتراضية:



الشكل (10) الفروق العكسية بين العلاقات الافتراضية والكلاسكية

وللنقاشات والتفاعلات الافتراضية عدة سمات كما يلي:

1- الإنعزال: إن المتأمل حقيقة التجمعات الافتراضية علي تشكلاتها المختلفة-يدرك أن هذه العلاقات والانخراط المستمر فيها يؤدي إلي قطيعة علي المستوي الاجتماعي، فهذه العلاقات الافتراضية تؤدي إلي انقطاع العلاقة مع المعارف، وتستهلك وقت الفرد في علاقات تخرج به عن إطار العلاقات الفيزيقية لتسبح بالفرد في فضاء جديد هو الفضاء الرمزي، غير أن هذه النظرة المتشائمة تحدث عندما تتزايد التفاعلات الافتراضية للتجاوز تفاعلات الفرد الواقعية(1).

2- **تعدد المراكز وتبادلها (لا مركزية):** تتسم التفاعلات الاجتماعية علي المستوي الافتراضي بتعددية المراكز وتبادلها، فهذه العلاقات لا مركز لها، كلها علاقات تخرج من السيطرة، فمن داخل المنتديات أو غرف المحادثات أو الشبكات الاجتماعية لا يوجد سلطة مركزية توجه الحديث، فكل فرد يستطيع أن يكون مركز الجماعة في أحيان كثيرة،وكل فرد يستطيع أن يقود الحوار مرة أو مرات فهذه التفاعلات تفاعلات لا يحتكرها شخص يهيمن أو من يقوم بفرض سيطرة علي الحوار ولكن الجماعات الافتراضية كلها تفاعلات لا مركزية، فتبادل الأدوار وارد في هذه التجمعات إذ تسمح هذه التفاعلات بتعدد المراكز في الوقت ذاته(2).

3- الإخفاء والتجهيل: إن العلاقات الاجتماعية الافتراضية في معظمها تجمعات خفيه مجهولة الهوية - إلا في القليل منها- فالفرد الذي ينخرط في هذه التفاعلات له الحق أن يخفي نفسه تحت مسميات مختلفة، أو ينفصل من هويته، وأحيانا يدخل التفاعلات باسم مشهور من المشاهير، وأحيانا يدخل الذكور بأسماء الإناث والعكس، وأحيانا يدخل بأسماء فكاهية ساخرة وهكذا... فهوية الفرد أو شخصيته تختفي في ظل هذه التفاعلات بل وتتباين في قوالب عديدة. فلا يستطيع الداخل في هذه التفاعلات أن يعرف من الذي يتحدث إلي من(3).

1-joseph b. Waltherl,, brandon heide & others (2008) the role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on facebook: are we known by the company we keep? ,human communication research,vol34 ,p40.
2-sarah goodman (2011) social media: the use of facebook and twitter to impact political unrest in the middle east through the power of collaboration , unpublished MA thesis , the faculty of the journalism department ,california polytechnic state university, p 33.
3-langille, sean,(2012) "the rancor of republicans, the diatribe of democrats a social network analysis of partisan interconnectivity on facebook". Masters theses. Liberty university, p133.

4- التفكك: إن ابتكار الواقع الافتراضي وعوالمه الإلكترونية أدي إلي تفكيك العلاقات الفيزيائية بين الأفراد – يقصد بذلك أن تفاعلات الواقع الافتراضي التي تتم في إطار الانترنت أثرت بدورها علي تفكيك العلاقة بين التفاعلات التي تقوم علي أساس الوجه بالوجه. فتشكل الفضاء الرمزي أدي إلي تفكك في العلاقات الفيزيقية بين الأفراد وتشكل نوع جديد من أنواع العلاقات الاجتماعية علي المستوي الافتراضي، وتشير الدلائل الواقعية أن هناك مزيدا من الاتجاه نحو التفاعلات الافتراضية وخاصة في ظل التحديات الطارئة علي الواقع المعاش(1).

5- التمرد: لقد فتح الفضاء الافتراضي مجالا جديدا للتمرد والحركات الثورية والتحررية، إذا أن من ضمن تشكيلة التفاعلات الافتراضية تفاعلات تمردية ثورية، فالفرد يستطيع أن يقول ما يريد خارج الضوابط التقليدية للمجتمعات وخاصة في المجتمعات السلطوية، فلقد فتح الانترنت مجالا جديدا للتفاعلات تقوم علي الحرية وتخرج عن سيطرة الدولة، فالمجال مفتوح في الفضاء الرمزي للاتفاق علي الثورات أو التظاهرات من دون قيود المكان، ويدرك المتأمل لحركات التمرد علي المستويات القومية أو العالمية أن الانترنت وتجمعاته الافتراضية يشكل آلية رئيسية تساهم في تقارب المسافات والاهتمامات والاتفاق علي مناهضة بعض القضايا أو المطالبة ببعض الحقوق(2).

6- الفردية: هناك نزوع في المجتمع الافتراضي وتفاعلاته إلي الفردية، والفردية هى الانغزال عن السياق الاجتماعي المحيط بالفرد، فالفرد المنخرط في التفاعلات الافتراضية – حتي لو كانت جماعية- إلا انه يدخله بوصفه فردا من أمام شاشة كمبيوتر او موبايل يأخذه من عالمه الواقعي إلي عالم افتراضي، يؤدي ذلك إلي ما يمكن تسميته عند التجاوز في هذه التفاعلات إلي نوع من أنواع الاغتراب وذلك في حال انفصاله عن واقعه الحقيقي(3).

1- وليد رشاد زكى (أبريل 2009) المجتمع الافتراضي. نحو مقاربة للمفهوم، مجلة الديمقراطية، متاح على:
http://digital.ahram.org.eg/articaldetails.aspx?serial=96350&part=2

2- caroline s. Sheedy (2013) social media for social change:a case study of social media use in the 2011 egyptian revolution , unpublished MA thesis , faculty of the school of communication , state university of new york ,p22.

3- lincoln dahlberg (2001) the internet and democratic discourse exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere , information, communication & society , vol 4 , no4. P615.

7- النخبوية: يدرك المتأمل لواقع المشاركة في أبعادها المختلفة أنها تحتاج إلي طبيعة معينة في التفاعل تختلف عن التفاعلات الواقعية. فهي ثقافة نخبوية تحتاج إلي قدر من المعرفة والتعليم في النفاذ والتعامل مع المتغيرات المختلفة في إطار تفاعلات الانترنت[1].

8- متعدية القومية: المتعارف عليه أن الثقافة وليدة المجتمع الذي تتشكل في إطاره، اما فى المشاركة الافتراضية فهناك عدة ثقافات وهويات ومن الصعب الوقوف علي تحديد دقيق للثقافة في إطار المجتمع الافتراضي بسبب كونها ثقافة متعدية القومية تجمع بين ثقافات متعددة، فهي ليست ثقافة متجانسة، بل هي منظومة ثقافية تتشكل من ثقافة المتفاعلين الذين قد لا يجمعهم هوية أو إطار ثقافي مشترك، لذلك فإن ثقافة المشاركة الافتراضية عبارة عن تهجين ثقافي يتسم بالتنوع وعدم التجانس، فهي ثقافة عابرة للهوية وعابرة للقومية[2].

9- سيسيوتقنية: فهي ثقافة تجمع في طياتها بين ما هو ثقافي علي مستوي التفاعل وبين ما هو تكنولوجي علي مستوي الوسائط والمتغيرات التكنولوجية وتطورات اجيال الويب والهواتف الذكية[3].

الركن الرابع: التقنية الإلكترونية (الوسائل والوسائط):

ويقصد بها الشبكة العنكبوتية الويب ولاسيما تطبيقات الجيل الثانى للويب (كمواقع التواصل الاجتماعي ومواقع التدوين المصغر والمدونات...) وأيضا الهواتف الذكية وغيرها من الأدوات، حيث أنها أصبحت ملاذاً آمناً نسبياً للتعبير عن الآراء بحرية وأخذ استطلاعاتهم دون خوف، وأحياناً تحت غطاء وهمي مجهول[4].

1-dietram a. Scheufele, matthew c. Nisbet, dominique brossard & erik c. Nisbet , (2004) social structure and citizenship: examining the impacts of social setting, network heterogeneity, and informational variables on political participation , political communication , vol 21, iss 3, p320.
2-marco gonzalez , jason kaufman&kevin lewis (2011) social selection and peer influence in an online social network, current issue ,vol. 109, no. 1. P 19.
3-stephen downes (2006) semantic networks and social networks, the learning organization, vol. 12 no. 5, p. 411.
4-papacharissi, zizi. "remediating theory" (2012) paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, england,pp 3-6.

الركن الخامس: الزمن المحدد:

فالوقت عنصر أساسي من عناصر عملية الرأي العام الإلكتروني وخاصة بعد الطفرة الهائلة في مجال الاتصالات مما يسهل سرعة التفاعل والانتشار، ويقصد بالزمن التاريخ (يوم، شهر، سنة)، والوقت (ثانية، دقيقة، ساعة). ولكل زمن ظروفه الخاصة والتي تؤثر في آراء المستخدمين وتشكيلها وتتغير بتغير أو بانتهاء المسببات لها والتى قد تكون سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو دينية أو خليط مما سبق، وكذلك للمراحلالعمرية للمستخدم أهمية كبيرة، فتعبير المراهق عن آراءه ألكترونيا وعن القضايا التي تهمه تختلف عن الطريقة التي يعبر بها كبير السن صاحب الخبرة والتجربة في الحياة[1].

سادسًا: خصائص وسمات الرأى العام الإلكتروني:

يقسم الباحث خصائص الرأى العام الإلكتروني الى نوعين خصائص عامة وذاتية، بالنسبة للخصائص العامة يقصد بها الباحث أهم السمات الوصفية للرأى العام الالكرتوني، أما السمات الذاتية فهى السمات التى تميزه عن الرأى العام التقليدي.

أ- السمات العامة للرأى العام الإلكتروني:

1- معلن وحر: يختلف الاعلام الجديد عن التقليدى فى مقدار الحرية التى أتاحتها وسائل الاعلام الجديد عامة والشبكات الاجتماعية خاصة فعن طريق المدونات فعن طريق المدونات، ننشر آراءنا صراحةً دون الانحباس في دائرة رئيس التحرير أو السياسة التحريرية للصحيفة أو حتى السلطات الأعلى، وفي اليوتيوب توجد قنوات خاصة بنا، ولا نحتاج معها لقمرٍ صناعى أو موافقة رسمية لتدشينها ومن خلالها ننشر الافكار والارآء وننتقد ما نشاءٍ، وفى تويتر أرسلنا الرسائل القصيرة للمئات، وعبر الفيس بوك نستطيع نشر وكتابة آرائنا بحرية، بالتالى أصبح من خصائص الرأى العام الإلكتروني انه معلن على حوائط الشبكات الاجتماعية ويناقش مختلف القضايا بحرية[2].

1-juliane urban, , kristin bulkow(2013) tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , social and behavioral sciences , vol 100 ,p 108.

2- رضوان بلخيري (2014) الإعلام الجديد مرحلة جديدة من التنافس توسع الاستخدام وتجسيد المصطلح، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني"الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**،جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 10.

2- نشط ومتغير: إن نشوء المجتمع المعلوماتي يهيئ لتعميم ظاهرة التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي السلبي في عملية الاتصال الجماهيري، الذي يتلقى المعلومات الموجهة إليه دون مشاركة إيجابية واضحة منه، إلى مستخدم نشط يشارك فى عناصر العملية الاتصالية الفاعلة جميعها في عملية اختيار وإعداد وتخزين وتوجيه ونشر المعلومات، والمشاركة المؤثرة في عملية التبادل والتفاعل الإعلامي داخل الشبكات الاجتماعية، وقد أصبح المستخدم منتج محتوى ومن ثم لديه القدرة على التعبير على رأيه عبر الفضاء الإلكتروني، فنشاط المستخدم أدى الى نشاط الرأى العام الاكتروني، فعملية الانغماس والاهتمام بالشان العام من قبل المستخدمين جعل الرأى العام الاكتروني نشط ويتغير بتغير المواقف والأحداث وتوافر المعلومات[1].

3- سريع التقلب Unsteady: مكنت المعلومات من إمكانية تعبئة الرأي العام الإلكتروني خلف ما يحدُث ودفع المستخدم للقيام برد فعل واقعي قد يغلُب علية الإستجابات العاطفية تارة، والرشادة والعقلانية في إتخاذ القرارات تارة أخرى، ومن ثم يتقلب الرأى العام الالكتورني وفقا للمستجدات المعلوماتية الواردة فى الفضاء الإلكتروني[2].

4- سرعة التشكل والحساسية الزائدة نحو القضايا Sensitive: حيث انه يتجاوز الزمان والمكان وقيود الجغرافيا وذلك بفعل الكمبيوتر والأقمار الصناعية وأنظمة الاتصالات والانترنت وتوافر المعلومات والأخبار، ومن ثم يتشكل الرأى العام الالكتورنى بشكل أسرع من الرأى العام الواقعي، كما انه حساس نحو مختلف القضايا المثارة ألكترونيا، فالأحداث ذات الجسامة غير العادية قد تؤدى إلى تحويل الرأى العام الإلكتروني من طرف إلى طرف أخر نقيض، ليصبح شديد الحساسية لكل الاحداث الهامة المثارة على الساحة الإلكترونية[3].

5- تنوع وتعدد الاتجاهات Pluralistic: يصعب فرز الرأى العام الإلكتروني وتصنيفه لرأى أقلية وأغلبية، ولكنه محصلة الآراء المتعددة الاتجاهات والتى تتنوع بها الأفكار والتوجهات والأيدولوجيات، ومن ثم يغلب عليه ثمة التعدد والتنوع فى الاتجاهات والرؤى المطروحة عبر الفضاء الإلكتروني[4].

1- اسعيداني سلامي (2014) إستراتيجية الإعلام الجديد في دعم و تنمية الفكر الاجتماعي رؤية استشرافية في المضامين الإعلامية الاجتماعية، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني"الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 5.

2- reiche, m.m (2013) power structures and public opinion in a deep sea of facebook blue , unpublished MA thesis , faculty of humanities , utrecht university , p44.

3-jeremy littau (2009) the virtual social capital of online communities: media use and motivations as predictors of online and offline engagement via six measures of community strength , unpublished phd dissertation , the faculty of the graduate school At the university of missouri , pp 120-122.

4- park, namsu., kee, kerk. And valenzuela, sebastian. (2009) "understanding group participation in social networking environment: motivations for using facebook groups and social outcomes" paper presented at the annual meeting of the nca 95th annual convention, chicago,p5.

ب- السمات الذاتية للرأي العام الإلكتروني:

1- الانتشار والوصول: يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه يصل إلى شريحة كبيرة من الجمهور في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التقنية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالملاحظات.

2- سهولة قياس اتجاهاته: يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عديدة من خلال برامج تقنية مختلفة والتي توفر الإحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حدٍ مقبول نسبياً – بالرغم أن العينة قد تكون غير ممثلة للمجتمع بشكل دقيق – كما يمكن الاعتماد عليه من قبل القيادات وصناع القرار لمساعدتهم في صنع و اتخاذ القرارات المناسبة، ومن البرامج المطورة لقياس الرأى العام الإلكتروني برنامج الكنز العربي لقياس الرأى العام الإلكتروني http://el-kanz.com

3- التفاعل: يتسم الرأي العام الإلكتروني بالتفاعل، فالمستخدم يعلق بآراءه ويتفاعل مع الآراء الآخرى سواء فى القضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية، ويزداد التفاعل مع زيادة أهتمام المستخدم بالقضية ومدى جدلية القضية وأهيمتها بالنسبة له[1].

4- انخفاض التكلفة: ففي الآونة الأخيرة أصبح الدخول على الانترنت والتقنيات الإلكترونية رخيصة التكلفة. كما أنه أيضاً أصبح بالإمكان استخدام الانترنت مجاناً في بعض الأماكن، ومن ثم تعتبر مسألة التعبير عن الرأى الإلكتروني ليست بالأمر المكلف.

1- Rob S. Gerrits, Rianne A.P. van der Zanden, Renske F.M. Visscherand Barbara P. Conijn (2007) Master your mood online: A preventive chat group intervention for adolescents , Australian e-Journal for the Advancement of Mental Health (AeJAMH), Vol 6, Iss 3,p8.

5- خصوصية المبحوث (المستطلع): ساعدت التقنية الإلكترونية في إمكانية إجراء استطلاعات الرأي العام حيث أن المبحوث عبر التقنية الإلكترونية يتمتع بميزة الخصوصية، لأنه لا يقابل الباحث أو المركز الذي يقوم باستطلاع الآراء مباشرة، بل يتم ذلك عبر وسيط وهي التقنية بأنواعها المختلفة، وبإمكان المبحوث عدم ذكر اسمه وكتابةاسم مستعار له، مما يخفف شدة التوتر والخوف أو التردد في طرح رأيه بشفافية، بالتالى يتميز الرأى العام الاكتروني بالحفاظ على خصوصية المبحوث وعدم إنتهاكها(1).

6- اللامركزية Decentralization: يتحرر الرأى العام الإلكتروني من هيمنة وتوجيه الحكومات أكثر من الرأى العام الواقعي الذى قد يتم توجيهه والتأثير عليه وتضليله، فنظرا لغياب الجهاز البيروقراطي على الانترنت والشبكات الاجتماعية وتوافر قنوات اتصالية مفتوحة ولا مركزية متحررة من عراقيل القرارات الهرمية الحكومية والسياسية، وتعدد أشكال الاتصال واتجاهاته ومضامينه وقوالبه الفنية كل هذه العوامل جعلت من الرأى العام الاكترونى رأيا حرا لامركزيا(2):

7- الإندماج والتكامل الدولي International integration: يسهم الرأى العام الإلكتروني فى إنشاء روابط وتجمعات الكترونية بين الدول المُختلفة، بما يُعزز من التفاهم الدولي المُشترك، وكذلك تسهيل عملية اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية وإمكانية التنسيق لتشكيل رأي عام أكلتروني دولي خلف القضايا المختلفة(3).

8- الشفافية Transparency:ساهمت عملية التدفق الحر للمعلومات عبر الفضاء الإلكتروني فى تكوين راى عام إلكترونى يتسم بالوضوح والشفافية، حيث يمكن معرفة ما يحدُث في أي دولة من قضايا وأحداث كإنتهاكات حقوق الإنسان ومن ثم يتشكل الرأى العام الإلكتروني حول مختلف القضايا المحلية والدولية بشكل معلن وشفاف(4).

1- متعب بن شديد بن محمد الهماش (2007) الرأى العام الالكتروني، مجلة الأمن والحياة - العدد 304 سبتمبر/أكتوبر2007، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، ص 49.

2-deen g freelon(2010) analyzing online political discussion using three models of democratic communication new media & society, vol 12, p 1175.

3-l bode, ek vraga, p borah, dv shah (2014) a new space for political behavior: political social networking and its democratic consequences , journal of computer-mediated communication, vol 19 , iss (3), pp415-416.

4-l bode, a hanna, j yang, dv shah (2015) candidate networks, citizen clusters, and political expression strategic hashtag use in the 2010 midterms , the annals of the american academy of political and social science , vol 659 , iss1 , p152.

9- أكثر تحررا من الرأى العام الواقعي Independent: فنظرا لعدم خضوع الفضاء الافتراضى للرقابة وأجهزة القمع فيمكن للرواد ان يعبروا عن آرائهم بحرية تفوق حدود الحريات المتاحة للرأى العام الواقعي، وقد يتكون الرأى العام الإلكتروني تجاه قضايا عقائدية وأخلاقية[1].

سابعًا: تقسيمات أنواع الرأى العام الإلكتروني:

تتقارب تقسيمات الرأى العام الإلكتروني من تقسيمات وتصنيفات الرأى العام الواقعي[2]، ولكن أزاد الباحث عدة تقسيمات مستجدة **وفقا لطبيعة البيئة الافتراضية وأبعاد تكنولوجيا الجيل الثانى للويب كما يلى:**

أ- حسب عمق التأثير والتأثر.
ب- وفقاًلعنصر الزمن.
ج- التقسيم الكمى للرأى العام الإلكتروني.
د- حسب التواجد.
هـ - حسب النطاق الجغرافى للقضية.
و- وفقا لإتجاه الرأى.
ز- وفقا للإطار الاخلاقى للتعبير عن الرأى.
ح- وفقا لدائرة النقد.
ط- حسب التفاعلية.
ي- وفقا لصدقية التعبير.

أ- التقسيم حسب عمق التأثير والتأثر:

1- الرأى العام الإلكتروني النابه أو القائد أو المسيطر: يتكون من صفوة المستخدمين الفاعلين وخاصة المثقفين حيث يمثلون صفوة قادة الرأى والمفكرين وأساتذة الجامعات والعلماء والكتاب والساسة، وهؤلاء يمثلون نسبة قليلة من المجتمع الافتراضي، وتعتبر وظيفتهم الإلكترونية وظيفة القائد الذى يقود ويثقف ويوجه ويرشد الآخرين، ولهم أهداف معينة

1-lansdall-welfare, t; lampos, v; cristianini, n; (2012) effects of the recession on public mood in the uk. In: proceedings of the 21st international conference companion on world wide web. P1225.
2- تم الإسترشاد فى هذه الجزئية بـ: عاطف العبد (2008) الرأي العام وطرق قياسه، دار الفكر العربي، القاهرة، ص ص 19، 29

يحرصون على إقناع الآخرين بها ويبذلون فى سبيل ذلك جهداً ليس فى سبيل أو مقدور المستخدم العادى بذله بما لهم من قدرة على الإقناع والتأثير لأنهم يريدون أن يقودوا ويرشدوا ويوجهوا الرأى العام الإلكتروني فى النواحى السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

والجدير بالذكر ومع إنتشار مواقع التواصل الاجتماعي تغيرت طبيعة النخب والمثقفين، وظهرت فئات نخبوية جديدة كالشباب الناشط والحركات الثورية التى لها نشاط ألكتروني وصفحات خاصة بها، بالتالى أصبح لهذه الحركات تأثيرها على الرأى العام الإلكتروني(1).

2- الرأى العام الإلكتروني القارئ أو المثقف: يتكون من أواسط المستخدمين ثقافة الذين تقل ثقافاتهم عن الفئة الأولى القائدة، ويختلف حجم هذا الرأى حسب درجة التعليم، ويتأثر هذا الرأى الإلكتروني بوسائل الإعلام التقليدي والدعاية التقليدية وذلك بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه وثقافته وتعليمه، و يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم.

3- الرأى العام الإلكتروني المنقاد: يتكون الرأى العام الإلكتروني المنقاد من الفئة التى لا تنتمى إلى الفئتين السابقتين وهى فئة المستخدم العادى الذى يتأثر وبشدة بوسائل الإعلام التقليدي والدعاية، ويرون ان ما تقدمه وسائل الاعلام حقائق غير قابلة للجدل والنقاش.

هذه الفئة عندما تلجأ للواقع الافتراضى ومواقع الشبكات الاجتماعية يعبرون عن آرائهم التى تشبعوا بها فى واقعهم الحقيقي، ويتقبل هذا الرأى الشائعات، وتنبنى رؤيتهم السياسية على سياسات الأشخاص لا الأفكار والمواقف، ويسهل تهييجهم وإثارتهم، ويدافعون عن آرائهم الإلكترونية بكلمات قد تصل لحد السب والقذف وإلقاء الاتهامات للمعارضين(2).

ويتسم هذا الرأى بالنسيان المستمر ومحدودية ذاكرته السياسية فقد يكون مؤيدا لقضية ما ثم يصبح معارضا لها بمرور الوقت وفقا لما تعرض له من مؤثرات خارجية.

1-Han, choonghee. (2007) "towards an online public sphere: a case study of an online civic journalism" paper presented at the annual meeting of the international communication association, san francisco.p4.

2-Mutsvairo, bruce, columbus, simon and leijendekker, iris (2012) african citizen journalists' ethics and the emerging networked public sphere. International symposium on online journalism, austin, texas. Pp6-7.

ب- التقسيم وفقاً لعنصر الزمن:

1- الرأى العام الإلكتروني الدائم: فى الواقع الافتراضي يرتبط الرأى العام الإلكتروني الدائم بعقيدة الفرد السياسية وأيدولوجيته فكل مستخدم ينتهج أسلوب أو فكر معين يدافع عنه بشكل مستمر بمختلف تعليقاته وتفاعلاته الإلكترونية[1] ويرتبط الرأى العام الإلكتروني الدائم بالأشياء الثابتة كالدين والأخلاق والتقاليد، أى يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويمتاز بالاستقرار والثبات.

وعلى سبيل المثال: نجد هذا النوع من الرأى واضح جدا فى معارضته الدائمة لإنتشار بعض الحسابات الشخصية للملحدين على تويتر وبعض صفحات الالحاد على الفيس بوك، لان الموضوع مرتبط بثوابت دينية وأخلاقية وعرف إجتماعي لا يتقبل الفكر الإلحادى.

2- الرأى العام الإلكتروني المؤقت أو المتقلب اليومي: وهو الرأى الذى ينتهى بإنتهاء القضية والحدث، حيث تطفو بعض القضايا السياسية على ساحة الاعلام الجديد أو التقليدى مما يدفع مستخدمو الشبكات الاجتماعية فى التعليق على القضية لفترة زمنية محددة أو لأيام قلائل ثم ينتهى ويندثر بإنتهاء التركيز الاعلامى عليها.

مثال: الرأى العام الإلكتروني نحو دستور 2014، والذى أنتهى بنهاية ظهور نتيجة الاستفتاء وتداعيات الحدث، وأيضا الرأى العام الإلكتروني الذى يظهر مع إنتشار فيديو معين عن حدث ما، ثم ينتهى تدريجيا.

ج- التقسيم الكمى للرأى العام الإلكتروني:

1- رأى الأغلبية: وهو الرأى الذى يمثل رأى مايزيد على نصف الجماعة وهو تجميع وتكرار الرأى الشخصى لأغلبية الجماعات الفاعلة أفتراضيا[2].

1-Martin Ljunge (2014) Social capital and political institutions: Evidence that democracy fosters trust , Economics Letters , Vol 122, Iss 1, p 45.

2-Christian Christensen (2011): Twitter Revolutions? Addressing Social Media and Dissent, The Communication Review, vol 14: no 3,pp 155-156.

2- رأى الأقلية: هــو رأى مايقل عن نصف الجماعة الافتراضية ويعبر عن رأى طائفة من الناس لا يستهان بها فقد يكون بين صفوف الأقلية بعض الأكفاء والمتخصصين المؤثرين فى القضاياالمثارة.

3- الرأى الساحق: وهو حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة الافتراضية أو أكثريتها الساحقة، وهو ليس رأى الأغلبية، إنمارأى قريب من الإجماع العام، ويقترب من العادات والعرف والتقاليد.

د- التقسيم حسب التواجد[1]:

1- رأى عام ألكتروني موجود بالفعل: هو الرأى العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر آثاره فى التعليقات والمناقشات الإلكترونية.

2- رأى عام ألكتروني متوقع وجوده: هو الرأى العام الذى لم يكن موجوداً أصلاً ولكن يتوقع وجوده أفتراضيا،عقب بعض الأحداث أو المشاكل.

هـ - التقسيم حسب النطاق الجغرافى للقضية:

1- رأى عام ألكتروني متعلق بقضية محلية: مثل بعض القضايا التى ترتبط بسكان حى معين لديهم مجموعة أفتراضية عبر الفيس بوك يناقشون فيها قضايا معينة، وغالبا ما يكون أعضاء المجموعة من نفس النطاق الجغرافى الواقعى.

2- رأى عام ألكتروني متعلق بقضية قومية: وهو الرأى الذى يرتبط بقضايا الوطن والمشكلات القومية.

3- رأى عام ألكتروني متعلق بقضية أقليمية: هو الرأى السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً على أرض الواقع، نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً.

4- رأى عام ألكتروني متعلق بقضية دولية: هو الرأى السائد فى البيئة الإلكترونية بين أغلبية شعوب العالم فى فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً.

1- bode, ke dalrymple (2014) politics in 140 characters or less: campaign communication, network interaction, and political participation on twitter , journal of political marketing, vol 6. P 140.

و- التقسيم وفقا لإتجاه الرأى:

1- رأى عام إلكتروني مؤيد: يناصر اتجاه أو شخص أو منظمة أو موقف معين ويؤيده من خلال التعليقات والنقاشات المطروحة على الشبكات الاجتماعية.

2- رأى عام إلكتروني محايد: يلتزم الحياد والموضوعية فى الطرح والمناقشة.

3- رأى عام إلكتروني معارض: يناهض اتجاه أو شخص أو منظمة أو موقف معين ويعارضه من خلال التعليقات والنقاشات المطروحة على الشبكات الاجتماعية.

ز- التقسيم وفقا للإطار الاخلاقى للتعبير عن الرأى[1]:

1- رأى عام ألكترونى أخلاقي Moral: أى يلتزم فيه المستخدم بعرض رأيه بأسلوب راقي يبعد عن استخدام الكلمات الغير أخلاقية.

2- رأى عام ألكترونى لا أخلاقى (همجي) Savage: وهنا يقوم المستخدم بالسب والقذف واستخدام الإيحاءات الجنسية والكلمات النابية أو يعرض رأيه بشكل يسبب إرهاب فكرى للطرف المعارض.

ح- التقسيم وفقا لدائرة النقد:

1- رأى عام ألكترونى ناقد بناء Positive Criticism: يميل للموضوعية ورصد الايجابيات والسلبيات ويحاول المستخدم فيه التخلى عن ميوله السياسية، وعادة ما يرتبط هذا النوع بالمثقفين والنخبة بالمجتمعات الافتراضية[2].

2- رأى عام ألكتروني ساخر Sarcastic: وهو رأى يأخذ منهج التهكم والسخرية السياسية بصفة مستمرة.

1-amaj, lindita., hong, seong choul., lanosga, gerry. And luo, yunjuan.(2009) "political discourse on facebook: a new public sphere?" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, boston, p15.
2-Silvio Waisbord (2010) The global promotion of media diversity: Revisiting operational models and bureaucratic imperatives, Presented at the Annual Conference of the International Studies association, New Orleans, p4.

وقد يلجأ بعض المستخدمون له فى حالات الإحباط العام أو المزاج العام السئ فيأخذون من الفكاهة والسخرية مخرجا من هذه الحالة[1]. وقد يحمل الرأى العام الإلكتروني الساخر جانب أخلاقى فى السخرية أو جانب لا أخلاقى.

مثال: بعض الصفحات الساخرة المنتشرة على موقع الفيس بوك كصفحة، او بعض الهاشتاجات السياسية الساخرة المنتشرة على تويتر.

3- رأى عام ألكترونى ناقض هدام Negative Criticism: وهو الذى يتم التعبير عنه بالكلمات النابية أوالسباب والقذف أو النقض الهدام الرافض دائما لكل ماهو إيجابى عبر الشبكات الاجتماعية[2].

ط- التقسيم حسب التفاعلية[3]:

1- رأى عام إلكتروني ناشط: وهو الرأى الذى يعبر عنه أشخاص ناشطين إلكترونيا ولهم تواجد مستمر ومكثف بالواقع الافتراضى، ودائما ما يتابعهم الآخرين وينتظرون آرائهم وتحليلاتهم السياسية، ويتابعون مناقشاتهم للآخرين.

2- رأى عام إلكترونى خامل: وهو الرأى الذى يعبر عنه أشخاص غير ناشطين بصفة دورية ويكتبون آرائهم بشكل متقطع على فترات زمنية بعيدة، وعادة ما يتأثر الرأى الإلكتروني الخامل بمجريات الأحداث ومستجداتها، حيث يكون منفذا للخاملين للخروج من داشرة الصمت للتعليق على حدث ما أو قضية معينة.

1-Mark boukes (2015) soft news and political cynicism: how exposure to political information genres affects public cynicism about politics , paper submitted to conference of the international communication association , phoenix , p5

2- sebastia´n valenzuela, arturo arriagada, & andre´ s scherman (2012) the social media basis of youth protest behavior: the case of chile , journal of communication , vol 62 , p 299- 303.

3- ek vraga, l bode, jh yang, s edgerly, k thorson, c wells, dv shah (2014) political influence across generations: partisanship and candidate evaluations in the 2008 election Information, communication & society ,vol 17 , iss (2),p 190.

ي- التقسيم وفقا لصدقية التعبير[1]:

1- رأى عام ألكتروني مضلل: وهو رأى يعبر عنه صاحبه بكتاباته على الشبكات الاجتماعية ولكن يعكس موقفا لا يتفق مع ذاته أو رأيه الحقيقى، قد يكون تملقا لأصدقائه بالشبكة أو خوفا من نظام قمعي مستبد أو تتبع ورقابة.

2- رأى عام اليكترونى صادق: وهو الرأى الإلكتروني الظاهر المتسق مع موقف المستخدم وميوله السياسية ولا يتلون أو يتبدل.

ثامنًا: وظائف الرأى العام الإلكتروني:

وللرأى العام الإلكتروني عدة وظائف يسهم فى تحقيقها وهى:

1- المعارضة الإلكترونية Online Opposition: يسهم الرأى العام الإلكتروني فى إبراز الأصوات المعارضة والمتحررة للمستخدمين كي يعبرون عن آرائهم بحرية سواء بالنقد أو التأييد أو الرفض أو ألتزام الحياد، ومن ثم فللرأى العام الإلكتروني وظيفة تمكينية للمستخدم، للتعبير عن رأيه بحرية ولاسيما شريحة المعارضة والتى تجد من الشبكات الاجتماعية والمدونات مجالا خصبا للمعارضة والنقد[2].

2- وظيفة حارس البوابة Network Gatekeeping Social: ساهمت عملية الإنصهار بين منتج المحتوى والمستخدم وتبادل الأدوار بينهما فى أن يكون للرأى العام الإلكتروني وظيفة حارس البوابة، فمستخدمو الشبكات الاجتماعية هم من يحددون أجندة القضايا التى تهمهم ومن ثم تغير مفهوم حارس البوابة المتمثل فى السلطة المسيطرة على مضامين الاعلام التقليدي الى مفهوم آخر أصبح المستخدم هو المتمكن الاول فى المضمون وهو من له السيطرة على ما يشاء وقتما شاء، كما سقطت عمليات التعتيم والتضليل الاعلامى Misinformation الذى كانت تمارسه بعض وسائل الاعلام التقليدي، ومن ثم أصبح الرأى العام الإلكتروني متحرر من التأثيرات التقليدية للدعايات المضللة أو للسلطات والأنظمة الحاكمة[*].

1- ek vraga, l bode, jh yang, s edgerly, k thorson, c wells, dv shah (2014), ibid ,p191.

2- prescott, liana. (2013) moral support, moral opposition, and political action: self-perceived moral minorities are more politically active "paperpresented at the annual meeting of the american sociologicalassociation annual meeting, new york, p3.

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

3- وظيفة تأثيرية على الإعلام التقليدي: يؤدى الرأى العام الإلكتروني وظيفة التأثير فى أجندة وسائل الاعلام التقليدي حيث تطفو قضايا مختلفة فى الساحات الافتراضية ويثار حولها الجدل الافتراضي، ومن ثم تتبنى أجندة وسائل الاعلام التقليدى بعض هذه القضايا وتتأثر بالجدل الافتراضى، كما نجد أن النخب السياسية الناشطة ألكترونيا قد أصبح لها تواجد على ساحات الاعلام التقليدي[1].

4- الوظيفة الرقابية Censorship: تعتبر الرقابة الشعبية الإفتراضية التى يمارسها الرأى العام الإلكتروني نوع من التحكم والتوجيه الذي يقوم به المستخدم نحو أمر أو موضوع أو سلوك استناداً للضوابط والمعايير الافتراضية المتفق عليها سلفاً فى الفضاء الافتراضي بغية التخلص من الأخطاء التي تهدر الجهد والموارد المالية في طريق الوصول إلى تحقيق الأهداف الموضوعة[2].

وهي نوع من الرقابة يمارسها المستخدمون الناشطون علي إجراءات العملية السياسية أى كان نوعها (إنتخابات – قضايا سياسية – احتجاج...) من خلال ما يقدمونه من شكاوى وبلاغات أو حتى آراء نقدية أو تصحيحية[3].

والرقابة الشعبية الافتراضية ليست حكراً علي الأجهزة الحكومية بل تمتد لأطراف آخرى حيث تمتد الرقابة إلي المستخدم العادى أو جماعة إفتراضية أو صحيفة إلكترونية أو أى وسيلة إعلام إلكتروني أخري ليكون لها الحق في مراقبة تفاصيل العمليات السياسية المختلفة كالانتخابات ومجريات تنفيذ الخطط والمشاريع المختلفة سواء الاقتصادية منها

-Tandoc, edson (2013)" .reframing gatekeeping: proposing a theoretical link between gatekeeping and framing "paperpresented at the annual meeting of the association for education injournalism and mass communication, washington ،p18.

-,Deiuliis, david.(2011)"the social dynamics of network gatekeeping "paper presented at the annual meeting of the international communication association, boston. P 2.

-,Singer, jane(2011) crowd control: collaborative gatekeeping in a shared media space "paperpresented at the annual meeting of the association for education injournalism and mass communication, louis، p22.

-,Mandelli, andreina.(2010)monitorial citizens and network gatekeeping in complex democracies "paperpresented at the annual meeting of the international communicationassociation, dresden international congress centre, dresden, germany ،p10.

1- شريف درويش اللبان (2014)، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى استراتيجية، العدد 7، يوليو 2014، ص 116.

2- hmielowski, j. D., hutchens, m. J. And cicchirillo, v. , 2013"online media use, social norms, and aggressive online communication: a communication process of political flaming" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london,p7.

3- wang, x. , (2007) "online public spheres: how internet discussion forums promote political participation in china" paper presented at the annual meeting of the nca 93rd annual convention, chicago, p5.

والسياسية والاجتماعية وكشف الفساد والأخطاء والانحرافات التي قد تحتوي عليها عمليات الإعداد والتخطيط أو التنفيذ والمباشرة فيمكن إذا لهذه الأطراف توجيه النقد البناء الذي يعتمد مصالح الوطن والمواطن بالدرجة الأولى بعيداً عن الولاء للنظام السياسي القائم أو لحزب من الأحزاب السياسية أو لأي طرف أخر[1].

5- مناصرة ودعم القضايا Issues Advocacy: تستخدم الشبكات الاجتماعية فى تعبئة الرأى العام الإلكتروني، وتكوين جبهات مناصرة للقضايا المثارة، فلا فائدة من أي حراك مجتمعي ما لم يكن فاعلاً بطريقة تحقق له التواصل المنسجم والتعاون بين أعضاء الحراك[2].

ومن ثم تتيح الشبكات الاجتماعية من خاصية التواصل بين أعضاء الحراك وتكوين مجال افتراضي مؤيد للقضية نظرا لما تحظى به هذه الشبكات من مزايا منها[3]:

أ- أصبحت مألوفة ويستخدمها الكثير من الافراد حول العالم فعلى سبيل المثال هناك أكثر من مليار شخص حول العالم يستخدمون شبكة فيس بوك وهؤلاء كلهم يمكن الوصول إليهم عبر منصة واحدة وهم يتواصلون مع بعضهم البعض.

ب- إن عملية إنشاء المجموعات والصفحات الداعمة لقضية ما لا تحتاج الى أموال.

ج- لا يرتبط الامر فقط بالتعليقات المكتوبة بل يمكن لأعضاء المجموعات أن يرفعوا ملفات متعددة الوسائط، (الصورة والفيديو والمقاطع الصوتية).

ومن هنا أصبح شن الحملات الداعمة لقضية ما أو المستهدفة لحشد الرأى العام الإلكتروني نحو قضية ما أمرا سهلا وفى متناول الجميع.

1-vincent, c. (2015). Resistance journalism: expression, self-empowerment, and the creation of counternarratives on poverty through community media. Presented at association for education in journalism and mass communication conference. San francisco, p5

2-eilstrup-sangiovanni, mette. And phelps bondaroff, teale. (2012) "from advocacy to confrontation: direct enforcement by environmental transnational advocacy networks" paper presented at the annual meeting of the bisa-isa joint international conference "diversity in the discipline: tension or opportunity in responding to global", old town district of edinburgh, edinburgh scotland uk, p6.

3-urs gasser ,jonathan zittrain ,robert faris & rebekah heacock(2014) internet monitor 2014: reflections on the digital world: platforms, policy, privacy, and public discourse, the berkman center for internet & society research , harvard university,p91.

مثال: مناصرة قضية هند أحماس والتى دشنت لها عدة صفحات على مواقع الشبكات الاجتماعية ومن أشهرها صفحة "دافعوا عن هند أحماس" والتي حكم عليها بالسجن مدة تصل إلى عامين وغرامة تصل إلى 27 ألف جنيه إسترليني لتكون بذلك أول مسلمة تواجه عقوبة السجن بسبب ارتداء النقاب في فرنسا.

تاسعاً: أدوات التعبير عن الرأى العام الإلكتروني:

هناك العديد من الأدوات التقنية التي تمكننا من معرفة الرأي العام الإلكتروني، والتي عن طريقها يتم التعبير عن الرأي العام الإلكتروني، وتسهم فى تشكيله وبلورته، ومن ثم إمكانية قياسه من قبل الباحثين المهتمين بهذا الشأن، **وأهم هذه الأدوات ما يلي**(*):

1- البريد الإلكتروني (E-mail): يعرف البريد الإلكتروني على أنه وسيلة اتصال تعتمد على التقنية في نقل الرسائل والوثائق من جهاز إلى آخر عبر شبكة الانترنت سواء كانت هذه الرسائل أو الوثائق نصوص مكتوبة أو ملفات صوتية أو ملفات فيديو أو غير

---

*- تم الإسترشاد فى هذه الجزئية بـ:

- Wu, shiwen. And liu, na.(2013) "contentious discourse and dynamic frames: the interplay among online public opinion, media report, and government discourse in public event" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, washington , p 3.
- Van dijck, (2012) "facebook as a tool for producing sociality and connectivity," television & new media vol 13 , iss2 , p166.
- متعب بن شديد بن محمد الهماش (2007) الرأى العام الالكتروني، مجلة الأمن والحياة - العدد 304 سبتمبر/أكتوبر2007، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، السعودية، ص ص 49-50.
- Ellison, nicole., gray, rebecca., lampe, cliff., vitak, jessica. And fiore, andrew.(2013) "calling all facebook friends: exploring broadcasted mobilization requests on facebook" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london,pp11-12.
- Collins, kevin.(2009) "social network structure and peer-to-peer voter mobilization: evidence from social network surveys" paper presented at the annual meeting of the midwest political science association 67th annual national conference, chicago, pp18-20.
- Zhou, christina yuqiong. And moy, patricia.(2006) "frame building and frame setting: the interplay between online public opinion and media coverage" paper presented at the annual meeting of the international communication association, dresden, germany, pp6-7.
- eugenia siapera, (2004) asylum politics, the internet and the public sphere: the case of uk refugee support groups online ,electronic networks and democracy, vol. 11 , no. 1 ,p: 79.
- Éric bélanger & françois petry (2004) the rational public? A canadian test of the page and shapiro argument , the midwest political science association conference , chicago , pp 8-9.

ذلك، فالبريد الإلكتروني يمنح الفرصة لتبادل الآراء مع الآخرين بسرعة كبيرة وبالإمكان إرسال الرسالة الواحدة لأكثر من شخص في نفس الوقت.

وتقوم مراكز استطلاع الرأي بشراء قوائم البريد الإلكتروني للمبحوثين والتي تحتوي على الآلاف من عناوين البريد الإلكتروني مقسمة حسب الدول والجنس وبعض المتغيرات الديموجرافية، ويمكن الاستفادة من تلك العناوين حسب نوعية المبحوثين في استطلاعات الرأي وبناء على طبيعة الاستطلاع وهدفه، ليقوم مركز الاستطلاع بإرسال رسالة الكترونية عبر البريد الإلكتروني للقائمة المحددة لديه لإستطلاع رأى المبحوثين نحو قضية ما، ثم يقوم المبحوثين بالرد عبر رسالة آخرى، ومن هنا يمكن قياس الرأى العام الإلكتروني عبر هذه الآداه.

2- خدمة الرسائل النصية القصيرة (SMS): حيث تعتبر هذه الوسيلة الحديثة أسلوب مهم لتعبير الجمهور عن آرائهم الكترونيا عبر المحمول، فيتم إستخدام هذه الرسائل من قبل مراكز استطلاع الرأي العام وأيضا وسائل الاعلام التقليدي (صحافة وإذاعة وتليفزيون) للتعرف على رأى الجمهور نحو قضية ما أو تعليقاتهم وإدلائهم برأيهم عبر الرسائل النصية القصيرة.

3- خدمة الرسائل متعددة الوسائط (MMS): خدمة الرسائل متعددة الوسائط عبارة عن إرسال رسالة نصية طويلة أو رسومات أو ملف صوتي أو مقطع فيديو مع نص مكتوب أو كل ما سبق و قد تشتمل على عروض تصويرية للأخبار والأحداث المختلفة يتم استقبالها عبر الهواتف الجوالة.

وقد تستخدم مراكز استطلاع الرأي هذه الخدمة (mms) عبر إرسال رسالة إلى المبحوثين وفي نهاية الرسالة يتم سؤالهم عن آرائهم فيما شاهدوه و طريقة الإدلاء بآرائهم عنها سواء بالرسائل القصيرة أو عن طريق البريد الإلكتروني.

4- تقنية "البلوتوث" (Bluetooth): ويمكن تعريفه بأنه عبارة عن موجات راديو وبرتوكول اتصالات بين مختلف الاجهزة بعضها لبعض (محمول – كمبيوتر – كمبيوتر محمول – كمبيوتر لوحى)، ويغطي البلوتوث مساحة جغرافية تمتد من المتر الواحد إلى المائة متر، وذلك يعتمد على طبيعة الجهاز المرسل والمستقبل، وتتم العملية الاتصالبية بين الاجهزة بدون أسلاك وتوصيلات.وبالإمكان أن تستخدم هذه التقنية في الأماكن المزدحمة

والمغلقة مثل الأسواق التجارية الكبيرة المغلقة، و ذلك عبر إرسال رسائل بواسطة البلوتوث لاستطلاع رأي المتواجدين بهذه الأماكن الذين لديهم هذه الخاصية ومفعلة أيضاً في قضايا محددة ويكون الرد بآرائهم بواسطة البلوتوث[1].

5- المنتديات: وهى مواقع متوفرة على شبكة الانترنت تسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين بالرد عليها ومناقشتها فورياً، سواء كان ذلك مع أو ضد الآراء أو الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسئولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم (system moderation) المقام على البرنامج. وتتطلب المشاركة في هذه المنتديات تسجيل بعض البيانات الشخصية للمشتركين فيها أولاً وبصفة خاصة الاسم وكلمة المرور وعنوان البريد الإلكتروني.

ويحق للزائر بعد ذلك طرح الموضوعات والأسئلة التي تهمه،بالإضافة إلى إمكانية التعليق على الموضوعات والآراء المطروحة.

وقد تشمل المنتديات وساحات الحوار موضوعاً واحداً متخصصا، أو عدة موضوعات متنوعة، بالتالى تعتبر المنتديات إحدى الوسائل الجديدة لتشكيل الرأي العام تجاه القضايا المختلفة[2].

6- غرف الدردشة: غرف الدردشة هي تجمع بشري الكتروني يبدأ بين اثنين أو أكثر ويتم الاتصال والتفاعل بينهم بشكل مباشر وحي سواء بالصوت أو الكلمة فقط، أو بالصوت والصورة والكلمة بشرط وجود الكاميرا لدى الاطراف المتفاعلة.

ولا شك بأن هذه الغرف تتيح لمستخدميها التعرف على بعضهم البعض مما يؤدي لنشوء علاقات متفاوتة (قوية او ضعيفة) بين أشخاص لا يعرفوا بعضهم البعض من خلال هذه الغرف التي تمكنهم من التعارف والمناقشة.

1- licoppe, christian. (2010) "configuring commuters' accessibility to multimedia mobile services: the case of bluetooth "augmented" advertising in the paris metro" paper presented at the annual meeting of the international communication association, suntec singapore international convention & exhibition centre, suntec city, singapore. P4.

2- chae, young-gil. (2005) "an aspect of the culture of the public sphere in u.s.: the analysis of online public forums in local online newspapers." paper presented at the annual meeting of the international communication association, new york city,p7.

وفي هذه الحالة يشترك مجموعة من المستخدمين في الحوار وإبداء آراء للمناقشة والحوار حول قضية معينة تهمهم وفي وقت معين للتعرف على آراء المتحاورين أو المجتمعين بدون خوف، ومن ثم بإمكان مراكز استطلاع الرأي العام استخدام هذه الطريقة عن طريق مواقعهم الإلكترونية التفاعلية أو التبادلية وذلك لتشكيل الرأي العام[1].

ومن أشهر مواقع الدردشةPaltalk والذى يوفر للمشتركين إمكانية تكوين غرف دردشة متخصصة فى موضوعات معينة للتحاور حولها وتبادل الآراء.

7- التصويت الإلكتروني: ويقصد به استخدام التقنية الرقمية لتسجيل آراء الجمهور (الأصوات) بدلاً من استخدام البطاقات الورقية والصناديق الانتخابية و الطرق التقليدية الأخرى، أى انه نوعاً من المحاكاة لنظام التصويت الورقي ولكن عبر عمليات متتالية تتم من خلال حاسبات وبرمجيات ونظم متخصصة تتعامل مع الصوت الانتخابي بدءاً من دخول الناخب إلى الاقتراع وحتى إعلان النتيجة النهائية للانتخابات، وهناك العديد من نظم التصويت الإلكتروني الموجودة على الساحة تنتجها شركات متخصصة، تختلف في بعض التفاصيل طبقاً للشركة المنتجة لكنها تشترك في أسلوب العمل الأساسي.

ويتم التصويت بعدة طرق منها البريد الإلكتروني ورسائل الهاتف المحمول والآلات الإلكترونية المخصصة لذلك ومنها جهاز لمس الشاشة وجهاز المسح البصري والاختيار المحدد من خيارات منوعة.

والتصويت الإلكتروني يسمح للمستطلعين أن يدلوا بأصواتهم من أي مكان كأماكن السكن وأماكن العمل مادام لديهم جهاز متصل بالانترنت ويسمح لهم باختيار ما يريدونه بطريقة سهلة عبر تخصيص رقم سري لكل مستطلع يمكنه التصويت لمرة واحده فقط في وقت محدد يتاح له.

ويعتقد البعض بأن التصويت عبر الانترنت قد يؤدي إلى كثير من التزوير وإلى أشكال أخرى من الانتهاكات، ولاسيما فى عمليات القرصنة الإلكترونية وتسويد وتزوير النتائج.

1- boukes, mark. And mulder, saskia.(2014) "chatting politics: how appearances in feel-good talk show affect trust in politicians" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington,p5.

ولاشك بأن نظام التصويت الإلكتروني الجيد له عدد من الخصائص يمكن إجمالها فيما يلي[1]:

الدقة: بحيث لا يسمح للمصوت أن يغير نتائج التصويت، ولا يسمح باستبعاد الصوت القانوني فى النتائج النهائية، ولا يسمح أيضاً باحتساب الصوت غير القانوني في النتائج النهائية.

الديمقراطية: من خلال السماح للمصوتين الشرعيين فقط بالتصويت، ويضمن أن يصوت الشخص القانوني مرة واحدة فقط.

الخصوصية: حيث لا يمكن لسلطات الانتخاب وسلطات التصويت أو أي طرف آخر تتبع الصوت للوصول لمعلومات المقترع الشخصية، ولا يمكن معرفة هل المقترع قد صوت أم لا أو أدلى بصوته لمن.

التحقق: من خلال التأكد من أن كافة الأصوات تم عدها بصورة صحيحة، وذلك من خلال برمجة نظم معينة تسمح للمصوت أن يرى نتائج التصويت بعد إضافة صوته الشخصى.

الملائمة: بمعنى إتاحة التقنيات المتعددة لإستطلاع الاصوات بما يتلائم مع طبيعة الجمهور المستهدف باستخدام تقنيات بسيطة وليست معقدة فى التصويت.

المرونة: وذلك باستخدام صيغ مختلفة من أسئلة استطلاعات الرأي العام بما في ذلك الأسئلة المفتوحة.

سهولة الوصول: بحيث يمكن للمصوت أن يصل للإستطلاع بسهولة دون قيود أو شروط معقدة.

8- العرائض الإلكترونية Online petitions: وهي عبارة عن كتابة عريضة أو خطاب ووضعه في أحد المواقع الإلكترونية المقدمة لمثل هذه الخدمة أو عن طريق تصميم موقع الكتروني خاص بموضوع العريضة وبالإمكان نشرها عن طريق الروابط و عبر القوائم البريدية لمناقشة قضية معينة أو المطالبة باتخاذ أمر أو إجراء معين أو المعارضة على إصدار

1- weiksner, g. Michael. And mo, cecilia.(2009) "predicting biased behavior with implicit attitudes: results from an online voting experiment" paper presented at the annual meeting of the midwest political science association 67th annual national conference, chicago,p p12-13.

أمر أو قانون وحث الناس والمهتمين بتوقيعها وذلك بإدخال الاسم والبريد الإلكتروني والتوقيع عليها بالضغط على الزر المخصص لذلك بغية جمع أكبر عدد من التواقيع.

وتستخدم العرائـض الإلكترونية في مجالات كثـيرة ومنها استخدامها عوضاً عن المظاهرات التي تكلف الكـثير من المال ويبذل بها الجهد الكبير سواء من ناحية المكان، التنظيم، الترتيب، الإعداد لها لإيصال الأصوات المطالبة أو المعارضة نحو قضية معينة لجهات محددة و ربما للعالم أجمع[1].

وتشتمل العريضة الإلكترونية على مطالب محددة أو إجراءات معينة مطلوب تنفيذها أو مواقف معين مطلوب إتخاذه من جهات بعينها، ويكون الموقعين على العريضة بمثابة جماعة ضغط لمناصرة القضية موضوع العريضة[2].

وتستخدم هذه العرائض الإلكترونية الكثير من الأساليب لجذب أكبر قدر ممكن من الموقعين، وضمان أصواتهم مثل الصور المثيرة للعاطفة، والخطابات السرية، ومقاطع التسجيل التي تصور أحد الأشخاص، ومن ثم يتم التعامل معها وكأنها حالة عامة يعيشها المتعاطفين والمؤيدين لقضية ما فى الفضاء الافتراضي[3].

ومن الجدير بالذكر أن هناك مواقع تم تدشينها بهدف التوقيع على عرائض تخص قضايا مجتمعية معينة مثل موقع أفاز http://www.avaaz.org/ar/petition، ومن القضايا التى أثيرت على هذا الموقع قضية التوقيع على عريضة "أوقفوا تنفيذ أحكام الاعدام في مصر" Stop executions in Egypt" تحت شعار "إعدام وطن" وقد وصل عدد الموقعين على الوثيقة 8830 وذلك يوم 29/ 5/ 2015، ومثال آخر لهذه العرائض العريضة الإلكترونية الخاصة بمطالبة الدنمارك بالاعتذار للمسلمين أثناء إثارة قضية الإساءة للرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم والتي شارك فيها أعداد كبيرة من مستخدمى الانترنت، وأيضا يوجد موقع عريضة http://www.3areda.com والذى يتيح إنشاء العرائض الإلكترونية وحشد التوقيعات.

1- reid, patricia. And parks, john. (2010) "the enslaved and the free: lawsuits for freedom and petitions for civil rights" paper presented at the annual meeting of the 34th annual national council for black studies, new orleans, p3.

2-heather j. Kauffman (2009) political discourse and participation utilizing web 2.0 technologies, unpublished MA thesis , presented to the faculty in communication and leadership studies school of professional studies , gonzaga university , p 17.

3- kimport, katrina. And earl, jennifer.(2010) "the targets of online protest: state and private targets of four online protest tactics" paper presented at the annual meeting of the american sociological association, new york, pp5-6.

وهذه بعض الإعتبارات لإنشاء العرائض الإلكترونية الناجحة[1]:

- وضوح الهدف أو المطلب من العريضة ومدى أهميتها لدى المستهدفين منها.

- بلوة دور العريضة فى التغيير للأفضل.

-الصياغة المحددة الواضحة البسيطة.

- أن تقنع العريضة قلب وعقل الجمهور المستهدف من خلال الدمج بين الاستمالات العاطفية والمنطقية بها.

- أن يتبع تدشين العريضة ألكترونيا فعاليات معينة يحددها المسئولون كمظاهرة أو مسيرة أو دعوة لندوة وهكذا.

- أختيار صورة معبرة ن موضوع العريضة أو شعار لها يكون جذاب وبسيط ومعبر.

- وضوح الجهة المستهدفة من العريضة وتحديد المسؤول المباشر عن تنفيذ المطالب وتحديد ذلك بالاسم بشكل معلن وواضح.

- التسويق الإلكتروني للعريضة عبر الشبكات الاجتماعية والمحمول وعبر الايميل.

9- الشبكات الاجتماعية: فالشبكات الاجتماعية تقوم بجمع أعداد كبيرة من الجمهور المستخدم بناء على اتجاهاتهم والتي هي في الغالب تكون معلنة عبر هذه المواقع في صفحات مخصصة لبياناتهم (profile) والتي تساعد بالتالي على تواصل جيد مع الآخرين عبر هذه الشبكات مستعينين في ذلك بالعديد من الوسائل ومنها رسائل البريد الإلكتروني والتدوين على صفحاتهم والتعليق على منشورات الاخرين والمشاركة بالصور والفيديو وتكوين المجموعات.

1- earl, jennifer.(2011) "from twitter to online petitioning: comparing styles of online protest mobilization" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, las vegas, pp10-11.

ويمكن تقسيم مستخدمي الشبكات الاجتماعية بحسب عاداتهم وتصرفاتهم إلى أنماط مختلفة وهي(1):

الاجتماعيون: وهم المستخدمون الذين يستخدمون هذه الشبكات بهدف الترفيه والتعرف على أناس جدد.

الساعون للانتباه: وهم المستخدمون الذين يسعون لجذب اهتمام الآخرين بهم ويعشقون الرسائل والتنويهات المثيرة والغير مألوفة عبر نشر صور مثيرة على صفحاتهم، أو كتابة موضوعات غريبة.

التابعون: وهم الأشخاص الذين يسجلون في الشبكات الاجتماعية لمجرد اللحاق بأصدقائهم ومعرفة ماذا يدور في حياتهم، ومتابعتهم، والإفصاح عن نمط حياتهم ومتابعتهم لنمط حياه الاخرين.

المخلصون: وهدفهم هو العثور على الأصدقاء القدامى من المدارس والجامعات وتوطيد العلاقات معهم.

العمليون: وهم الأشخاص الذين لديهم هدف واحد وعملي يريدون تحقيقه من استخدامهم لهذه الشبكات (التواصل مع العملاء مثلاً).

المجادلون: وهم الأشخاص الذين يستخدمون هذه الشبكات للتعبيرعن آرائهم نحو مختلف القضايا والدخول فى نقاشات مع الآخرين.

أما غير المستخدمين لهذه الشبكات فلهم ثلاثة أنواع فرعية هي(2):

1- القلقون بشأن الأمن الإلكتروني.

2- غير الواثقين من قدرتهم على استخدام التكنولوجيا وغالبا ما يكونوا من كبار السن.

1- hocevar, kristin., flanagin, andrew. And metzger, miriam. (2014) "what is social about social media users? How social media efficacy impacts information evaluation online" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, seattle, washington ,pp15-16.

2- kennedy, helen. (2013) "what do social media users think of social media monitoring?" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, england,p22.

3- غير المهتمين بالمفهوم ومن يعتبرونه مضيعة للوقت.

ولا شك بأن المستخدمين لهم أهتمامات معينة فكل منهم يشارك في هذه الشبكات بناء على اهتماماته الشخصية أو العملية أو الرسمية، وذلك لأن الشبكات الاجتماعية تتناول موضوعات متعددة ومتداخلة.

وتشمل الشبكات الاجتماعية أكثر من تطبيق مثل مواقع التواصل الاجتماعى والمدونات ومواقع التدوين المصغر ومواقع تشارك المحتوى المرئى والمسموع وغيرها من التطبيقات الحديثة.

وللشبكات الاجتماعية دورا هاما فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني، ويمكن استعراض هذا الدور فى النقاط التالية(*):

1- تسمح الشبكات الاجتماعية للجميع بعرض مختلف الاتجاهات والرؤى بالتالى فكل مستخدم سيجد ما يناسبه ويقرأ ما يراه الانسب وربما يقتنع برأى معين ويتبعه أو ينتقد رأى آخر أو يعلق بشكل حيادى أو يطلع فقط على مختلف الاراء دون تفاعل معها.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Nick anstead (2015) social media analysis and public opinion: the2010 uk general election , journal of computer-mediated communication,vol 20 ,p 204.
- Al-sebaei, maisoon o. (2013): egyptian diasporas, social media, and the 2011 egyptian revolution: how egyptians living in saudi arabia used social media during the revolution. unpublished master's thesis, grand valley state university, allendale, united states.
- Friel, john p. (2012): the arab spring and political change: a comparison of revolutions. unpublished master's thesis, universität der bundeswehr münchen, munich, germany / george c. Marshall european center for security studies, garmisch-partenkirchen, germany).
- Mirelis torres-rodriguez (2012) public disclosure of private facts on online social networks: adapting newsworthiness to the facebook age , unpublished MA thesis , the graduate school of the university of florida , p 69.
- Kwon, min-woo. And mcleod, douglas.(2012) "social network activity on facebook and social capital" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, pp 3-4.
-Uldam, julie.(2012) "after the protest: online social media and political engagement" paper presented at the annual meeting of the international communication association, sheraton phoenix downtown, phoenix, pp16-20.
- Lize-marié smuts (2010) social networking sites as a new public sphere: facebook and its potential to facilitate public opinion as the function of public discourse – a case study of the 2008 obama campaign , unpublished MA thesis , stellenbosch university , p19 -20.

2- تعطى الشبكات الاجتماعية مساحة لعرض وجهات نظر أشخاص لم نسمع آرائهم من قبل.

3- استقطاب جماهير متنوعة للتعبير عن آرائهم تجاه القضايا المطروحة في دعم الرأي والرأي الآخر من خلال كتابة تعليق أو تنزيل مقاطع فيديو أو التعليق عليه أو تشارك رأى معين، أو نقد رأى معين.

4- سهولة إنشاء حساب شخصى على الشبكات الاجتماعية وكذلك سهولة تدشين مدونة شخصية للفرد للتعبير عن آرائه وطموحاته ومن ثم التأثير فى آراء الاخرين.

5- سهلت الشبكات الاجتماعية فى تكوين المجموعات أو الصفحات التى تهدف لأمر معين او تدعم قضية ما ومن ثم حشد المناصرين لها وتشجعيهم على التفاعل الإلكتروني مع المحتوى.

6- أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر إخباري لكثير من الفئات لفقدانهم الثقة في وسائل الإعلام التقليدي وتحولوا لاستخدام الشبكات بوصفها مصدراً للمعلومات والتحليلات والحقيقة.

7- أثرت الشبكات الاجتماعية كثيراً على وسائل الإعلام المختلفة في مجال تحديد المواضيع التي تختارها وسائل الإعلام لتغطيتها، مما يجعل تأثير الشبكات الاجتماعية ليش فقط على الرأى العام الإلكتروني بل يمتد ليشمل الرأى العام الفعلى.

8- ساهمت الشبكات الاجتماعية فى التقريب بين المستخدمين وبناء علاقات افتراضية بينهم قد تتحول لعلاقات حقيقية، وساعدتهم فى تجسير علاقات التفاهم والتفهم، ولكن أيضا قد تتحول الشبكات كأداه للإستقطاب السياسى ولساحة من السباب المتبادل بين الاراء المتصارعة، لتعميق حالة التناحر الإلكتروني بين المستخدمين.

9- أثرت الشبكات الاجتماعية على بعض القرارات السياسة وصنع السياسة العامة لدرجة قد تصل لحجب هذه المواقع نتيجة للخوف منها ومن تأثيرها على الرأى العام الواقعي وهذا ماحدث فى ليبيا أثناء ثورتهم ضد نظام القذافى وقيامه بحجب مواقع الشبكات الاجتماعية الثلاثة (يوتيوب – تويتر – فيس بوك).

10- مكنت المدونات من خلق روح مختلفة عما تطرحه الصحف ووسائل الإعلام التقليدية، مدعمة بالوثائق والوسائط الإعلامية والقدرة على الانتشار والوصول لكافة الأفراد والرأي العام.

11- مكنت الشبكات الاجتماعية نشطاء الانترنت من الاحتجاج على بعض السياسات، كما استخدمت فى تنظيم بعض الفعاليات على أرض الواقع أو فى الساحة الافتراضية (كالمظاهرات الإلكترونية).

وبالتطبيق على موقع الفيس بوك توجد مجموعة من الأدوات التى يستخدمها الرأى العام الاكترونى للتعبير عنه وهى[1]:

الحائط: wall وهى اداه يظهر فيها كل مايكتبه المستخدم أو يتشاركه سواء صور او فيديوهات او لينكات (وصلات)

أداه الأحداث الخاصة والمناسبات: وهى اداه تسهم فى تنظيم حدث خاص كدعوة لتظاهرة أو مليونية ويستخدمها النشطاء فى تحديد اماكن ومواعيد التظاهرات واهدافها.

أداه الرسائل الخاصة: وهى وسيلة للتواصل بين المستخدمين والنشطاء بشكل خاص.

الصفحات والمجموعات:وهى يدشنها النشطاء نحو قضية معينة للدفاع عنها ومناصرتها وتشكيل رأى عام الكترونى بصددها.

عاشرًا: مظاهر التعبير عن الرأى العام الإلكتروني:

قد يخشى المستخدمون من التعبير عن آرائهم فى الفضاء الافتراضي كنتيجة للقمع أو الخوف من القبضة الأمنية، أو الخوف من الإضطهاد الإلكتروني Online oppression فى حالة عرض الرأى المخالف للرأى العام الإلكتروني السائد[2].

1- مصعب حسام الدين لطفي (2012) دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" فى عملية التغيير السياسي مصر انموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، نابلس، فلسطين. ص ص172، 173

2- cowls, josh (2014) ‘the crowd in the cloud? Three challenges for gauging public opinion online.’ paper presented at: crowdsourcing for politics and policy, the internet, politics and policy conference, oxford, uk. P12

ورغم ذلك توجد العديد من الدوافع للتعبير عن الرأى الإلكتروني ومنها(*):

- تحقيق الذات Self Actualization وحب الظهور ومحاولة جذب الانتباه

- الشعور بالإغتراب Alienation فى المجتمع الحقيقي والرغبة فى الهروب الى مجتمع أفتراضي آخر.

- الكبت والعزلة والحاجة الى التنفيس والتعبير عن الذات ومزاولة الحرية الافتراضية Virtual Freedom.

- إبراز الاهتمامات المشتركة بين المستخدمين والتعبير عنها Common Intersts.

- التفاعليةالفورية Instant Interactive وما تتيحه المجتمعات الافتراضية من حوار متبادل بين الأطراف المشاركة.

- الاستثمار العاطفيEmotional Investment: حيث استغلت النخبة الشبكية الجديدة تقنيات الاتصال في التعبئة العاطفية للمتفاعلين من خلال الاحتجاج، واستغلال القدرة علي التشبيك في جمع التأييد حول قضايا الاحتجاج .فعلى سبيل المثال تمكنت الثورة المصرية 25 يناير من جمع التأييد عبر الانترنت وبمجرد نزولها إلي الشارع احتشد إليها العديد من الشعب في محافظات الجمهورية، بما ساهم في تعبئة الحشد الذي حقق مطالب الثورة، وحولها إلي ثورة شعبية.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Yin, zhang. & shing tung (2015). ".why and how facebook satisfies you: collective self-esteem, emotional openness, communication apprehension as predictors of facebook uses and gratifications" paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication, boston, p 3.

- xin jin & yaohua wang (2013) research on social network structure and public opinions dissemination of micro-blog based on complex network analysis, journal of networks, vol. 8, no. 7 , p 1545.

مبارك زوده (2012) دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر – باتنة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، الجزائر. 183، 185.

- Boekkooi, marije. (2010) "virtual mobilization and real life participation: how new media change social movements" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, atlanta, p11-12.

- Lauren langman (2005) from virtual public spheres to global justice: a critical theory of internetworked social movements , sociological theory, vol. 23, no. 1 ,p. 42.

وفى حالة التعبير عن الرأى الإلكتروني فيوجد العديد من المظاهر والأشكال التى يمكن أن يصل بها الرأى عبر الفضاء الافتراضي ومن هذه المظاهر ما يلي[1]:

1- التظاهرات الإلكترونية: وهى دعوات تأخذ طابع إحتجاجي عن الأداء السياسي لحكومة ما او رئيس ما أو تدعو لموقف سياسي معين أو تناهض قرار معين.

مثال: الإحتجاجات التونسية

ما شهدته تونس من إنشاء أول مدونة تدعو للتظاهر الإلكتروني وذلك عبر إطلاق الصحفي سامي بن غربية مدونة "يزى" وهى كلمة تونسية دارجة تعنى يكفي، ودعى فيها كل من يرغب فى تنحى الرئيس على زين العابدين الى ان يضع صورته الشخصية وهو يحتج بأى شكل على الرئيس التونسي الأسبق مع إمكانية إخفاء العينين أو ملامح الوجه فى الصورة، وقد حققت المدونة إقبالا قياسيا من رواد الانترنت مما دعا السلطات التونسية آنذاك من حجبها بعد 18 ساعة فقط من تدشينها، ليقوم مؤسسها بطلب اللجوء الإلكتروني بعدما رفض مجمع المدونات التنوسية إستضافتها، حيث قبل إستضافة مدونته أحد التجمعات للمدونات المصرية[2]:

وقد أدت التظاهرات والإحتجاجات الإلكترونية بتونس 2010 – 2011 الى[3]:

1- التحشيد وتحقيق المشاركة الشعبية فى الثورة التونسية.

2- بروز مفهوم المواطنة النشطة الفاعلة لدى الشعب التونسي.

3- كانت بمثابة أداه لدحض الشائعات والدعاية.

4- ساعدت المستخدمين فى تحليل البيانات التى تصدر عن الحكومة آنذاك وبناء رؤية نقدية لها.

1- تم الاسترشاد فى هذه الجزئية بـ: مراد بن علي زريقات (2007) تأثير وسائل الاتصال الإلكترونية في الرأي العام، ندوة الجرائم الإلكترونية: الملامح والأبعاد،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، متاح على:
http://www.murad-zuriekat.com/articles17.html

2- حنان كامل إسماعيل (2012) دور المواطن الصحفي فى الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأى الاعلامى العربي (الاردن والكويت ومصر أنموذجا)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، ص ص 91،92.

3- عبد الله ممدوح مبارك (2012) دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسي فى تونس ومصر من وجهة نظر الحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط ص ص 65،66.

مثال: الإحتجاجات المصرية

استطاعت الشبكات الاجتماعية ان يكون لها دور مؤثر فى الحشد لتظاهرات ثورة 30 يونيو 2014، حيث قام مجموعة من الشباب بعمل حملة "تمرد" التى استطاعت ان تستخدم الشبكات الاجتماعية من أجل الحشد الجماهيرى للتعبير عن الغضب ضد النظام الحاكم، بل وقد قامت بتصميم استمارة ونشرتها بمواقع التواصل الاجتماعى المختلفة من أجل الحشد الإلكتروني وإستقطاب أكبر عدد ممكن للتوقيع على الاستمارة، بدأت الحملة إفتراضيا عبر الفيس بوك بصفحتها الرسمية https://www.facebook.com/Harket.Tamrod وتحولت الى أرض الواقع فى أولى فاعليتها الجمعة 26 أبريل 2013 بميدان التحرير بالقاهرة، على أن تنتهي في 30 يونيو من نفس العام، وأعلنت على لسان محمود بدر - أحد متحدثيها - عن جمع 22 مليون توقيع لسحب الثقة من محمد مرسي، وقد دعمت بعض الحركات السياسية عبر صفحاتها بالفيس بوك وتويتر هذه الحركة ومطالبها، ومن أهم التيارات السياسية التي دعمت حركة تمرد حركة كفاية وجبهة الإنقاذ والجمعية الوطنية للتغيير وحركة 6 أبريل، وعلى الجانب الاخر للمعارضة نجد ظهور حملة "تجرد" بصفحتها الرسمية على الفيس بوك.

https://www.facebook.com/hamlettajarod?fref=ts

بهدف دعم محمد مرسي حتى نهاية فترة رئاسته، وقد اعلن عاصم عبد الماجد – المتحدث الرسمي للحملة – بأنهم قد حصلوا على 26 مليون استمارة.


لـسحب الثقه من نظام الاخوان

REBEL... تمرد

حمـلة تمـــرد

(سحب الثقة من محمد مرسى العياط)

عشان الأمن لسة مرجعش للشارع .... مش عايزينك
عشان لسة الفقير ملوش مكان ..... مش عايزينك
عشان لسة بنشحت من بره ..... مش عايزينك
عشان حق الشهداء مجاش..... مش عايزينك
عشان مفيش كرامة ليا ولبلدى .... مش عايزينك
عشان الاقتصاد انهار وبقى قايم ع الشحاتة ... مش عايزينك
عشان تابع للأمريكان .... مش عايزينك

منذ وصل محمد مرسي العياط الى السلطة، يشعر المواطن البسيط بأنه لم يتحقق أي هدف من أهداف الثورة، التي كانت العيش والحرية والعدالة الاجتماعية والاستقلال الوطني، وفشل مرسي في تحقيقها جميعا، فلم يحقق لا الامن، ولا العدالة الاجتماعية ، واثبت أنه فاشل بمعنى الكلمة، ولا يصلح لادارة بلد بحجم مصر

لذلك:

أعلن أنا الموقع أدناه بكامل ارادتي، وبصفتي عضوا في الجمعية العمومية للشعب المصري، سحب الثقة من رئيس الجمهورية الدكتور محمد مرسي عيسى العياط، وأدعو إلى إنتخابات رئاسية مبكرة وأتعهد بالتمسك بأهداف الثورة والعمل على تحقيقها ونشر حملة تمرد بين صفوف الجماهير حتى نستطيع معاً تحقيق مجتمع الكرامة والعدل والحرية.

الإسم:

الرقم القومي:

المحافظة:

التوقيع:

شكل (11) استمارة تمرد على صفحتها الرسمية



● معا ضد الفوضى والتخريب ●●● معا ضد تعريض أمن البلاد وسلامتها للخطر ●●● معا من أجل استكمال الرئيس المنتخب لفترة ولايته ●

لله عز وجل.. فشرع الله نلتزم ولا نحيد عنه..
لمصرنا الحبيبة الغالية..
فمصلحة البلاد نرجو ومن أجلها نعمل..

تجرد
برعاية المهندس عاصم عبد الماجد
الأنصار

نحن الموقعون لحملة "تجرد"
سواء كنا من المؤيدين أو المعارضين
للدكتور محمد مرسي رئيس الجمهورية
نعلن أننا مع استكمال السيد الرئيس
لفترة رئاسته الشرعية والدستورية
وأننا نعارض كل ما من شأنه أن يحيد بنا
عن اختيار الشعب المصري الحر
وتعريض البلاد وأمنها وسلمها المجتمعي للخطر
وهذا رأينا متجردين فيه لله عز وجل
ولوطننا الغالي الحبيب مصر..

الاسم	التوقيع	الرقم القومي	رقم الهاتف	رقم المسلسل العام

شكل (12) استمارة تجرد على صفحاتها الرسمية

2- العصيان المدني الإلكتروني: العصيان المدني الإلكتروني ECD أو Electronic Civil Disobedience هو شكل من أشكال الضغط - غير العنيف -على المؤسسات الحكومية أو الرسمية المنخرطة في أعمال غير أخلاقية أو غير قانونية، أو تضر بالإنسانية بطريقة أو بأخرى، حيث يمكن من خلال البيئة الإلكترونية تدويل وحشد وتنظيم وتأليب الرأي العام عالميا.

ويرتبط بالعصيان المدنى الإلكتروني الدعوات الإلكترونية بالإضراب المدنى، وكافة الأنشطة الاحتجاجية الإلكترونية التى تعبر عن تحدٍ لأمر ما أو لقرار ما حتى ولو كانت غير مقيدة بالقانون[1].

1- peter k. Enns and paul m. Kellstedt (2008) policy mood and political sophistication: why everybody moves mood, british journal of political science,vol 38, iss 03, p 435.

مثال: دعوات العصيان المدنى فى 6 أبريل 2008:

بمصر حيث أنتشرت عبر صفحات الفيس بوك والبريد الإلكتروني دعوات للإضراب العام عن العمل والتزام البقاء بالمنازل تحت شعار "خليك فى البيت" وكانت هذه الدعوات تحمل عدة مطالب منها زيادة المرتبات وتحسين خدمات المواصلات العامة والمستشفيات وتوفيرالدواء ومحاربة رفع الأسعار والمحسوبية ومحاربة الفساد والرشاوى، وكان السبب الرئيسي للعصيان المدنى آنذاك الانتهاكات الغير آدمية من قبل جهاز الشرطة فى حق المواطنين بالإضافة الى إضراب عمال غزل المحلة، وقد دشنت صفحات كثيرة عبر الفيس بوك لتنادى بذلك الإضراب منها صفحة "الاضراب العام في كل انحاء مصر" وصفحة "معا لاقالة حكومة احمد نظيف" وصفحة "اضراب عام لشعب مصر يوم 6 ابريل".

مثال: الانتفاضة الإلكترونية

وهى نوع من الإحتجاجات الإلكترونية التى تجمع عدد كبير من المستخدمين نحو قضية تأخذ طابع إقليمي أو دولى أكثر من المحلى، وهى أكبر من ان تكون مجرد تظاهرة إلكترونية ولكنها موقف إحتجاجى عريض يمتد لفترة زمنية أطول من التظاهرة، **ومن أمثلة الإنتفاضات الإلكترونية:**

إنتفاضة "حرقوا الرضيع" عقب الإعلان عن مقتل الرضيع الفلسطينى على سعد دوابشة حرقا على أيدى متطرفين صهاينة اجتاحت موجة من الغضب العارم والإستياء الشديد بين مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى (فيس بوك وتويتر) وذلك صباح يوم الجمعة 31 / يوليو / 2015، حيث انتشر هاشتاج "حرقوا الرضيع" على تويتر ليتصدر المركز الأول في قائمة الهاشتاجات الأكثر تداولًا عبر تويتر، بالإضافة الى الأصوات المنادية بإنتفاضة جديدة وجمعات للغضب الفلسطيني ضد هذه الواقعة، وقد شملت الإنتفضاة عدد كبير من المستخدمين فى الاقليم العربي والأوربى والأمريكي أيضا، وخرجت عدة تظاهرات واقعية بمختلف الدول للتنديد بهذه الفعلة.

3- مهاجمة الصفحات الحكومية الإلكترونية: عبر الشبكات الاجتماعية أو قرصنتها وإغلاق صفحاتها أو إختراقها وهو مايعرف بالنشاط القرصني Hacktivism.

أمثلة للمهاجمات الإلكترونية:

- مهاجمة مواقع حكومية هندية: وعرض صور المأساة التي يعيشها شعب ولاية كشمير .

- جماعة: Milworm والتى اقتحمت موقع الأبحاث النووية الهندي؛ للاعتراض على التجارب النووية الهندية .

- جماعة kaotik البرتغالية: اقتحمت 45 موقعا إندونيسيا تابعا للحكومة؛ لمؤازرة أهالي تيمور الشرقية للحصول على حكم ذاتي لهم.

- اقتحام المواقع الإسرائيلية في مناصرة للقضية الفلسطينية:

- قيام مجموعة من قراصنة الانترنت، باختراق صفحة "جمال مبارك" على الفيس بوك: وهى الصفحة التى أنشئت لجمع توقيعات لتأييده، حيث فؤجى المشتركون تأييد لجمال مبارك بان الجروب تحول الى صفحة للهجوم على جمال مبارك ووالده الرئيس الاسبق مبارك، وحل محل صورة جمال مبارك صورة بها علامة "اكس" باللون الاحمر، ومذيله بتوقيع "**غير مرغوب فيك أنت وأبوك**".

4- جمع التوقيعات الإلكترونيه: للمطالبة بتغيير سياسات أو قرارت أو الإحتجاج عن فعل غير أخلاقى أو منافي للأديان، مثال جمع التوقيعات الإلكترونية لمناهضة الجرائم التى يرتكبها المتطرفون الصهاينة فى حق الفلسطينين تحت شعار "أوقفوا جرائم المستوطنين" وهى عريضة إلكترونية على موقع أفاز مقدمة الى المحكمة الجنائية الدولية بعد واقعة حرق الطفل الفلسطينى الرضيع على دوابشة[1].

5- الدخول فى تعليقات حوارية: بين مستخدمى الشبكات الاجتماعية للقيام بنقاشات وتكوين رأي مناصر أو مناهض لقضية من القضايا؛ وتكوين التحالفات السياسية[2] .

6- نشر أفكار الاضرابات: أو الاعتصامات بين أكبر عدد من مستخدمي الشبكات.

1- andrés scherman, arturo arriagada and sebastián valenzuela (2015) student and environmental protests in chile: the role of social media politics journal, vol 35, iss 2, p 152.

2- papacharissi, zizi.(2010) "the public/private binary, technology, and convergence: the civic futures of engaged citizens" paper presented at the annual meeting of the nca 96th annual convention, san francisco, p5.

7- إرسال كم كبير من الرسائل الاحتجاجية: فى شكل تعليقات أو رسائل خاصة.

8- تدشين مواقع على الانترنت: لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالموقف الاحتجاجي للحصول على تاييد الرأي العام وتجنيد الواليين والداعمين لفكرة الاحتجاج من جماعات المصالح المختلفة[1].

9- تأسيس مجموعات على الشبكات الاجتماعية: وجذب الاعضاء اليها كمواقع الفيس بوك وتويتر وغيرها لخلق شبكة من الاتصال والتواصل بين أعضاء المجموعه[2].

حادى عشر: العوامل المؤثرة على تشكيل الرأى العام الإلكتروني:

ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، وبالتالي التأثير على تصور المواطن للسياسة، وتتخذ هذه الشبكات موقفاً فريداً في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار، وفي تشكيل الرأى العام، وذلك نظرا كونها حلقة وصل بين الرأى العام وصانعي القرار، وهناك وجهتان للتأثير[3]:

الأولى: ترتكز على تأثير هذه الشبكات على الرأى العام الإلكتروني الذى بدوره يؤثر على الرأى العام الواقعي وصانعي القرار.

الثانية: فترتكز على تأثير هذه الشبكات بشكل مباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم.

وعلى الجانب الاخر وفقا لمدخل دراسة العلاقات المتبادلة فى التأثير والتأثر (بين الشبكات الاجتماعية والرأى العام الإلكتروني وصانعى القرار) تؤكد دراسة Jennifer Marie Young

---

1- g. Bentele, h. Nothaft (2010) strategic communication and the public sphere from a european perspective , international journal of strategic communication, 4 (2), pp. 95.

2- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص ص 11،10

3- عبدالكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات (2013) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأى العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، **دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المجلّد40، العدد 1.ص74.

(2013)[1] ان هناك رؤيتان فى عملية التأثير على الرأى العام الإلكتروني الرؤية الاولى تؤكد ان الرأى العام الإلكتروني مستقل ولا يمكن أن يتاثر بفعل عمليات التوجيه الإعلامى أو سياسات التحكم فيه، والرؤية الأخرى تؤكد أن الرأى العام الإلكتروني يمكن التأثير فيه من خلال الاستراتيجيات المنهجة لتوجيهه والتحكم فيه مثل الرأى العام الواقعي.

وقد حدد المفكر الامريكي نعوم تشومسكى مجموعة من الاستراتيجيات الإعلامية للتأثير على الرأى العام الواقعي وتوجيهه وذلك فى أحد مقالته بعنوان "استراتيجيات التحكم والتوجيه العشر" التي تعتمدها وسائل الاعلام للتلاعب بالجمهور وتوجيه سلوكهم والسيطرة على أفعالهم وتفكيرهم وآرائهم، ورغم أن هذه الاستراتيجيات تتعلق بوسائل الاعلام التقليدى الا أنها يمكن أن تنطبق أيضا على وسائل الاعلام الجديد والشبكات الاجتماعية **حيث يمكن تفعليها للتأثير على الرأى العام الإلكتروني وتوجيهه، والاستراتيجيات هى**[2]:

1- استراتيجية الإلهاء The Strategy Of Distraction: عنصر أساسي لتحقيق الرقابة على المجتمع، عبر تحويل انتباه الرأي العام عن القضايا الهامة والتغيرات التي تقررها النخب السياسية والاقتصادية، مع إغراق الجمهور بوابل متواصل من وسائل الترفيه، في مقابل شحّ المعلومات وندرتها. وهي استراتيجية ضرورية أيضا لمنع العامة من الوصول إلى المعرفة والاهتمام بالشأن العام. وبالتطبيق على الرأى العام الإلكتروني، يمكن توجيه الرأى العام الإلكتروني والتأثير عليه من خلال تبنى قضايا هامشية يتم إثارتها على الشبكات الاجتماعية من قبل بعض اللجان الإلكترونية والاجهزة المخابراتيه بهدف إلهاء الرأى العام الإلكتروني وتوجيهه لقضايا هامشية.

2- استراتيجية افتعال الأزمات و المشاكل وتقديم الحلول Create Problems, Then Offer Solutions: من خلال إفتعال المشكلات بهدف إنتزاع ردود الافعال من الجمهور وتشكيل آراء حول مشكلات وهمية بحيث يندفع الجمهور طالبا لحل يرضيه.

1- jennifer marie young (2013) political conversations on facebook: an exploration of practices , unpublished MA thesis , faculty of the graduate school of arts and sciences of georgetown university , p15.
2- Noam Chomsky (2011) Noam Chomsky - Top 10 Media Manipulation Strategies online http://theinternationalcoalition.blogspot.com/2011/07/noam-chomsky-top-10-media-manipulation_08.html

على سبيل المثال: السماح بانتشار العنف، أو تنظيم هجمات دموية حتى تصبح قوانين الأمن العام مطلوبة حتى على حساب الحريات، أو خلق أزمة اقتصادية يصبح الخروج منها مشروطا بقبول الحد من الحقوق الاجتماعية أو تخفيض الرواتب، ويتم تقديم تلك الحلول المبرمجة مسبقا، ومن ثمة قبولها على أنها شر لا بد منه، وبالتطبيق على الرأى العام الإلكتروني، يمكن القول ان الرأى العام الإلكتروني حساس للغاية تجاه المشكلات المجتمعية ودائما ما يظهر ويتبلور عبر الشبكات الاجتماعية نحو مختلف المشكلات سواء الحقيقية او الوهمية المصطنعة.

3- استراتيجية التدرج The Gradual Strategy: ولضمان قبول ما لا يمكن قبوله من بعض القرارات السياسية التى قد تثير الرأى العام وتخلق حالة من التذمر العام والمزاج العام السئ، يمكن تطبيق هذه القرارات على الامد الطويل من خلال التدرج المرحلى فى التطبيق على فترات زمنية متباعدة.

4- استراتيجية التأجيل The Strategy Of Deferring: هناك طريقة أخرى لتمرير قرار لا يحظى بشعبية هو تقديمه باعتباره "قرارا مؤلما ولكنه ضروري مستقبلا "، والسعي إلى الحصول على موافقة الجمهور لتطبيق هذا القرار في المستقبل. ذلك أنه من الأسهل دائما قبول القيام بالتضحية في المستقبل عوض التضحية في الحاضر. ويتم ذلك من خلال إيهام الجمهور أن "كل شيء سيكون أفضل غدا".

5- مخاطبة الجمهور على أنهم قصر أو أطفال في سن ما قبل البلوغ Go To The Public As A Little Child: بهدف تضليل الجمهور، وتعتمد هذه الاستراتيجية على بعد سيكولوجى مبنى على إحتمالية أن يكون رد فعل الجمهور بعد مخاطبته بلغة صبيانية أن تكون اجابته أو رد فعله عفوى كشخص فى سن 12 عام.

6- مخاطبة العاطفة بدل العقل Use The Emotional Side More Than The Reflection: التوجه إلى العواطف هو الأسلوب الكلاسيكي لتجاوز التحليل العقلاني، وبالتالي قتل ملكة النقد. وبالإضافة إلى أن استخدام الخطاب العاطفي يفتح الباب أمام اللاوعي ويعطّل ملكة التفكير، ويثير الرغبات أو المخاوف والانفعالات.

7- إغراق الجمهور في الجهل والغباء Keep The Public In Ignorance And Mediocrity: ويتم ذلك عبر التعتيم الاعلامى وطمس المعلومات، لإبقاء الجمهور غير قادر على فهم ما يحدث من أجل السيطرة عليه واستعباده.

8- تشجيع الجمهور على استحسان الرداءة. To Encourage The Public To Be Complacent With Mediocrity: تشجيع العامة على أن تنظر بعين الرضا عن حالها المتدنى أو الى كونها غبية و ومغيبة ومبتذلة.

9- تحويل مشاعر التمرد إلى إحساس بالذنب Self-Blame Strengthen: دفع كل فرد في المجتمع إلى الاعتقاد بأنه هو المسؤول الوحيد عن تعاسته، فبدلا من أن يثور الفرد على النظام الاقتصادي وتدنى الاحوال المعيشية يبدأ يحطّ الفرد من ذاته ويغرق نفسه في الشعور بالذنب، مما يخلق لديه حالة اكتئاب تؤثر سلبا على النشاط، ودون نشاط أو فاعلية لا يتكون الرأى العام الناقد.

10- معرفة الأفراد أكثر من معرفتهم لذواتهم Getting To Know The Individuals Better Than They Know Themselves: نتج عن التقدم السريع في العلوم اتساع للفجوة بين معارف العامة وتلك التي تملكها و تستخدمها النخب الحاكمة. فمع علم الأعصاب وعلم النفس التطبيقي وصل "النظام العالمي" إلى معرفة متقدمة للإنسان، سواء عضويا أو نفسيا، ولقد تمكن "النظام" من معرفة الأفراد أكثر من معرفتهم لذواتهم، وهذا يعني أنه في معظم الحالات، يسيطر "النظام" على الأشخاص ويتحكم فيهم أكثر من سيطرتهم على أنفسهم، ومن السهل على النظم الحاكمة ان تخلق حالة من الانصياع التام نحو قرارتها وتكوين رأى عام محابي لها (القطيع).

ويؤثر فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني عدة عوامل منها ما هو مشترك ضمن عوامل التأثير فى الرأى العام الواقعي **كعامل الدين** والذى يشكل المصدر الأول للسلوك والآراء والمثل والمنطق، **وكعامل تأثير الأوضاع السياسة والاقتصادية، وكعامل تأثير الزعماء والقادة (النشطاء)، وكعامل تأثير التجارب الشخصية والأحداث الهامة، أما العوامل المستجدة التى تؤثر فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني يمكن إجمالها فيما يلي:**

1- حملات المناصرة الإلكترونية Advocacy CampaignsOnline

2- الحملات الإنتخابية الإلكترونية.

3- الرقابة على الشبكات الاجتماعية والانترنت.

4- الشائعات فى الفضاء الإفتراضي.

5- الحروب الافتراضية (الجيل الخامس للحروب).

6- القرصنة السياسية الافتراضية.

7- التسريبات الاعلامية الإلكترونية.

8- اللجان الإلكترونية (جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية) Social Media Lobbying.

9- الاتجاهات التعصبية والأيدولوجية للمستخدم.

10- تأثير رأس المال الإجتماعي Social Capital.

العامل الأول: حملات المناصرة الإلكترونية Advocacy Campaigns Online:

قد تكون حملات المناصرة الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية عملا مؤسسيا أو جماعيا تقوم به بعض المنظمات الحكومية أو الشركات الخاصة، وقد يكون عملا فرديا أو شبه فردي قد يتحول الى عمل جماعى تطوعى منظم يستهدف إحداث تغيرات مجتمعية على المستوى الاجتماعى والثقافى والسياسى عن طريق استخدام الشبكات الاجتماعية والفضاء الإلكتروني كوسيط لإحداث التفاعلات سواء فى المجتمع الافتراضي او المجتمع الواقعي[1].

ويمكن تعريف حملات المناصرة الإلكترونية بأنها جهود اتصالية مخططة على أسس علمية ومصممة وفقا لمعايير وتقنيات معينة بما يتماشى مع أهداف الحملة وخصائص

1- حنان أحمد سليم (2013) الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد 13، العدد 1، يناير مارس 2013، ص ص 296، 297.

الجمهور المستهدف، وفيها يتم توظيف كافة الوسائط المتعددة التى تتيح للجمهور التفاعلية والمشاركة حول موضوع الحملة عبر الانترنت ولاسيما مواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك للوصول بالحملة الى أكبر عدد من الجمهور المستهدف لتحقيق تأثيرات معينة خلال فترة زمنية محددة[1].

أى أن المناصرة هى استراتيجية تستخدمها المنظمات الغير حكومية والنشطاء وحتى صانعي القرار السياسي من أجل التأثير على الرأى العام ومن ثم التأثير على القرار السياسي سواء بإلغاء أو تطبيق أو إصلاح قرار معين[2].

ومن ثم يمكن الإشارة الى دور حملات المناصرة الإلكترونية في ثلاث نقاط رئيسية[3]:

- **التغيير الديمقراطي:** أى إشراك المواطنين والمهمشين فى عملية صنع القرار السياسي على مختلف المستويات.

- **التغيير الهيكلي:** بمعنى تغيير الطريقة التى يتم بها وضع السياسات من الأساس بحيث تأتى فى صالح المواطنين.

- **تغيير السياسات:** من خلال معالجة بعض المشكلات أو القضايا عن طريق تعديل السياسات والتشريعات.

وتعد هذه الحملات عمل فردي يتحول الى عمل جماعي تطوعي تلقائي يستهدف إحداث التغيير الاجتماعي والسياسي داخل المجتمع عن طريق استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط لحجم التفاعلات او المزج بينه وبين فاعليات على أرض الواقع وقد تكون الحملة مجرد رد فعل سرعان ما ينتهي وقد تتحول الحملة الى حركة عن طريق قدرتها على

1- حنان أحمد سليم (2013) مرجع سابق، ص ص 303، 304.

2- lim, dongjin. And stefanone, michael. (2010) "social network sites as a strategic device: effect of social norms and support type on online mobilization" paper presented at the annual meeting of the nca 96th annual convention, san francisco,p13.

3- kee, kerk., valenzuela, sebastian. And park, namsu. (2015)"traversing online and offline worlds: using facebook for social organizing, political activism, and civic participation" paper presented at the annual meeting of the international communication association, suntec singapore international convention & exhibition centre, singapore, p5.

الاستمرار وما ترتبط به من قضية ذات ابعاد مختلفة، وكذلك حجم التأييد من جانب المجتمع ومؤسساته المعنية[1].

وتعمل مجموعات مناصرة القضايا Issue Advocacy Groups على تعبئة الرأى العام الاكتروني نحو قضية معينة بهدف حشد التعاطف وخلق أتجاه مؤيد نحو القضية أو المطالب التى يدعون اليها، وبالتالى يصبح تأثير ونجاح هذه المجموعات على الرأى العام الإلكتروني مرهون بمدى أهمية القضية لدى المستخدمين و أيضا حجم الجدل الأفتراضى المثار حولها[2].

ومن ثم يمكن القول ان نجاح الحملة الإلكترونية في تحقيق التفاعل الاجتماعي والتاثير على الراي العام الإلكتروني والواقعي يتوقف على عدة عوامل وهى[3]:

1- درجة ارتباط اعضاء الحملة بعضهم البعض من خلال استخدام كافة الوسائط الممكنة لدعم التفاعل بين المجموعه من جانب وبينها وبنين المجتمع والراي العام الواقعي من جانب آخر.

2- حجم وعدد الأفراد المشاركين في الحملة والذين لهم قدرة على جذب الآخرين، وفي نفس الوقت لديهم درجة عالية من الانسجام الداخلي واتفاق فى رأيهم الفئوى الإلكتروني.

3- درجة التفاعل بين الحملة والرأي العام الإلكتروني والواقعي فكلما كانت درجة التفاعل عالية كلما زاد عمر الحملة ودرجة تاثيرها ونجاحها[4].

4- درجة ارتباط الحملة بالقضايا المجتمعية والسياسية الحيوية والتى تهم قطاع عريض من الرأي العام الواقعى.

1-unningham, stuart. & silver, jon.(2013) "the emergence of new global online "media" companies: convergence with a vengeance" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, england,p9.

2- seong-jae min&young mie kim (2012) choosing the right media for mobilization: issue advocacy groups' media niches in the competitive media environment ,mass communication and society journal , vol15 , p 225 , p 242

3- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص ص 33،32.

4- kwak, h., lee, c., park, h. And moon, s. (2010), "what is twitter, a social network or a news media?, proceedings of the 19th international conference on world wide web, new york, pp. 591-593.

5- الإدارة الإلكترونية الجيده للحملة فيما يتعلق باختيار الشعار وطبيعه الاتصالات والمعلومات والعلاقة مع الصحف ووسائل الاعلام التقليدية الآخرى[1].

6- قدرة الحملة من الانتقال من الطابع الإلكتروني من خلال التجمعات الإلكترونية الى ترجمة ذلك على ارض الواقع في شكل تفاعلات يحس بها من لا يتعامل مع الانترنت او من لا ينضم الى تلك الحملة أفتراضيًا.

7- قدرة الحملة على نسج علاقات جيدة مع المؤسسات ذات الصلة وخاصة مؤسسات المجتمع المدني وأجهزة الدولة المعنية.

8- أن الحملات الإلكترونية لاينبغي أن تقاس بمدي نجاحها أو عدد الموقعين أو المشاركين فيها ولكن بقدرتها على توصيل الإحتجاج إلي المسئولين والتعبير عن الجماهير وحقوقها وحرياتها المنتقصة أو المعتدي عليها[2].

9- تؤدي المواجهه الأمنية عبر اعتقال المدونين أو النشطاء الإلكترونيين الى نتيجة عكسية حيث يتم اعاده عملية التجنيد والتعبئة خلف قضية جديدة بما يعمل على اطالة أمد الازمة، ومن ثم فان الرد الحقيقي على الحملات الإلكترونية يجب ان ياتي في شكل مواجهه بأفكار مضادة في ظل حرية التعبير والرأي بدلا من استخدام الترهيب والعنف.

10- إن الحملات الإلكترونية بطبيعتها تأتي تعبيرا عن واقع اجتماعي ومشكلات اقتصادية بالتالى فهى تهم قطاعات عريضة من الجمهور ولاسيما الشباب[3].

1- mayur karnik, ian oakley, jayant venkatanathan, tasos spiliotopoulos and valentina nisi (2013) uses & gratifications of a facebook media sharing group ,the conference of computer supported cooperative work , university of madeira , portugal ,p 821.

2- orrea, t., hinsley, a.w. And gil de zu`niga, h. (2010), “who interacts on the web? The intersection of users’ personality and social media use”, computers in human behavior, vol. 26 no. 2, p. 247.

3- lee, jae kook. (2006) "the blogosphere and the public sphere: exploring possibility of the blogosphere as a public sphere" paper presented at the annual meeting of the international communication association, dresden international congress centre, dresden, germany,p2

11- تعبر الحملات الإلكترونية عن ظهور قوى جديدة فاعلة في الحياه السياسية، يمكن الاستفاده منهم بعيدا عن اتهامهم بنشر الشائعات او الفوضي، وذلك لاعتمادهم على آليات عمل مختلفة تشكل لها مصادر قوه جديدة وتؤثر بالتبعية على الرأى العام الواقعي[1].

12-يمتلك الفاعلون في الحملات الإلكترونية القدرة على مخاطبة الرأي العام الإلكتروني وصياغة اهدافه والتلاحم مع مشاكله بدرجة أكبر وأسرع من وسائل الاعلام التقليدي.[2]

13-تعبر الحملات الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية عن دور الإعلام الجديد والاتصالات في دفع عملية التنمية الشاملة،والذي قد يتم عن طريق التغيير السلوكي والاجتماعي وهو ما يتطلب استراتيجيات مختلفة ومجموعات فريدة من المهارات، والتفاعلية، بالتالى فإن الناشطون والقائمون على إدارة هذه الحملات لديهم سمات الشخصية الإلكترونية الواعية بالتكنولوجيا وطرق توظيفها لخدمة أهداف حملاتهم والتأثير على الرأى العام الواقعي والإلكتروني[3].

1- hedman, ulrika. (2014) "j-tweeters: pointing towards a new set of professional practices and norms in journalism" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, seattle, washington,p6.

2- paul burstein (2003)the impact of public opinion on public policy: a review and an agenda.political research quarterly, vol. 56, no. , p. 29.

3- greuling, kathrin. And kilian, thomas.(2015) "motives for active participation in political blogs – a qualitative and quantitative analysis of 11 german blogs" paper presented at the annual meeting of the ispp 35th annual scientific meeting, chicago, p4.

ولكن هناك عدة ملاحظات تتعلق بمحدودية تأثير حملات الفضاء الإلكتروني على الرأي العام الواقعي منها(*):

1- طبيعة الارتباط بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات ومدى وجود فجوة رقمية بين من يملك الاتصال ومن لا يملك.

2- قد تستند حملات التأثر على الرأي العام عبر الفضاء الإلكتروني إلى معلومات خاطئة أو تتعرض لحاة الاستقطاب الطائفي الذي ينقلها من كونها ذات أهداف عامة تتعلق بالمواطنة وعلاقة الفرد بالدولة إلى سلاح يتم استخدامه في شن حرب نفسية مع المختلف دينيا عن طريق استخدام أدوات الإعلام والاتصال عبر الفضاء الإلكتروني في شحن الجمهور وتعبئته بآراء مغلوطة بما يشكل في مجمله خطر على مستقبل السلم الاجتماعي وخاصة ما يتعلق بالحض على الكراهية الدينية والعنصرية.

3- قد يتم استخدام حملات التأثير في الرأي العام عبر الفضاء الإلكتروني من قبل جهات تهدف إلى نشر الشائعات التي قد تضر بمصالح قومية.

4- قد لاتعبر الحملات عن واقع اجتماعي حقيقي أو رغبات واسعه لدي الرأي العام الواقعي بالتالى تكون الحملة منقطعة عن الواقع ولا تتسق بإحتياجات الأغلبية.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص ص 33،31.
- عادل عبدالصادق (مارس 2011) الفضاء الالكتروني والرأي العام تغير المجتمع والادوات والتأثير، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ص ص 40 – 43.
- Madeline storck (2012) the role of social media in political mobilisation: a case study of the january 2011 egyptian uprising , unpublished MA dissertation , university of st andrews, scotland, p25
- El-gayed, yusser (2013, may): the influencing factors of public procurement policy development: the case of libya. (doctoral dissertation, university of salford, salford, united kingdom). Url: http://usir.salford.ac.uk/29205/
- Back, peter (2013, june): "we are all hamza alkhateeb": en analyse af voldelige billeder og sociale medier i den syriske borgerkrig. (master's thesis, roskilde university, roskilde, denmark). Url: http://rudar.ruc.dk/handle/1800/11034.
- Bagherpour, amir k. (2012, spring): religion and the evolution of democracy: a revised selectorate model for the arab spring. (doctoral dissertation, claremont graduate university, claremont, united states). Url: http://scholarship.claremont.edu/cgu_etd/53/

5- تؤدي حالة انتشار الحملة ألكترونيا الى زيادة أعضائها الافتراضيين وتنوعهم الا أنها في نفس الوقت، يؤدي ذلك الى تعدد مراكز الحملة أفتراضيا، وخروج تلك العلاقات عن السيطرة ولا توجد سطلة مركزية توجه الحديث فكل فرد يستطيع ان يكون هو مركز الحديث ويكون العلاقة ذات طابع ندي مما يؤثر على فاعلية الحملة فى تحقيق أهدافها وتأثيرها على الرأى العام الإلكتروني.

6- وجود عدد من الحملات التي تطلقها التجمعات الإلكترونية بالشبكات الاجتماعية التي تتميز باخفاء الهوية او استخدام اسم مستعار.

7- قيام بعض الحملات برفع سقف توقعاتها بشكل يفوق قدرة المجتمع الواقعي او النظام السياسي عن استيعاب تلك المطالب التي تنادي بها الحملة.

8- تؤدي النظرة الاستعلائية تجاه قيم المجتمع التي تحتاج الى وقت طويل الى تغيرها الى قصر نفس تلك الحملات وعدم استمرارها.

9- ان من يقوموا بالحملات لا يهدفوا بالضروره الى تغييرات في القيادة السياسية بقدر ما يهدفوا الى تغيير سلوك المجتمع وطريقة تفكيرة في قضية ما، بالتالى تعتبر عملية تغيير السلوكيات والافكار عملية معقدة وصعبة وتحتاج لتراكم زمنى كبير.

10- بعض الحملات الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية تاتى بقيم منافية للأديان والاخلاقيات العامة والعرف المجتمعى.

11- بعض الحملات الإلكترونية مجرد رد فعل سرعان ما تنتهي بانتهاء ما قامت على أساسه كما انها تعتمد على فئة الشباب وخاصة شباب الجامعات الذين سرعان ما ينخرطوا في أمورهم الخاصة وينتهي صلتهم بالعمل العام.

وهناك نوعان للحملات المؤثرة فى الرأى العام الإلكتروني[1]:

1- حملات أرتبطت بحدث واقعي وبناءا عليه دشنت الحملة لإعلام الرأى العام الإلكتروني بها وبناء تحالف يآزر هدف الحملة.

مثال: حملة "بلاها لحمة" والتى دشنت فى شهر أغسطس 2015 بهدف مقاطعة الجزارين نتيجة لزيادة اسعار اللحمة، ومثل حملة "بلاها شبكة" والتى دشنت فى 2016 مع زيادة أسعار الذهب.

2- حملات جاءت كفكرة مستحدثة داخل التجمعات الإلكترونية بهدف دعم قضية جديدة أو فكرة معينة.

مثال: حملة "مجندة مصرية" والتى نادت بتجنيد الإناث بالجيش كفكرة جديدة دشنتها أحد الصفحات عبر الفيس بوك بعد إنتشار العمليات الإرهابية فى الآونة الأخيرة لعام 2015. وتلعب تلك الحملات عبر الفضاء الإلكتروني في مجملها على دعم التنمية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بالإضافة إلى المساهمة في دعم الحكم الرشيد والمحاسبة والتي قد تأتي في شكل احتجاج ضد بعض ممارسات أجهزة الدولة أو احتجاج على أوضاع اجتماعية واقتصادية قائمة أو احتجاج على قيم المجتمع التي قد يتم النظر إليها على نحو سلبي كالنظرة إلى المرأه أو التحرش الجنسي أو النظرة إلى المطلقات.

1-agensky, jonathan.(2011) "uncomfortable internationalisms: faith-based humanitarianism and advocacy" paper presented at the annual meeting of the international studies association annual conference "global governance: political authority in transition" , montreal, quebec, canada,pp11-12.

ولحملات المناصرة الإلكترونية عدة مجالات ووظائف مختلفة يمكن إيجازها فيما يلي(*):

1- المساهمة فى الأعمال التطوعية الخيرية: تساهم الحملات الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية فى تعميق مفهوم العمل التطوعى وقد تبنت العديد من المنظمات الخيرية حملات ألكترونية كثيرة لحث المستخدمون على التطوع والاشتراك فى الحملة وعمل الخير، **وعلى سبيل المثال** نجد حملة فينا الخير على شبكة الفيس بوك برعاية جمعية رسالة، وكذلك حملة التبرع بالدم، والكشف المبكر على سرطان الثدى، وحملة المليون بطانية لأهل الصعيد برعاية جمعية الاورمان الخيرية تحت شعار هاشتاج #مصر_الدفيانة.

2- المساهمة في تفعيل دور المجتمع المدني والمنظمات الحقوقية: أستطاعت مؤسسات المجتمع المدنى والمنظمات الحقوقية المختلفة من إستغلال الشبكات الاجتماعية لتصعيد القضايا المختلفة وحشد الرأى العام الإلكتروني وتشكيل رأى مؤيد وداعم لمختلف القضايا، فعلى صفحاتها نجد من يهتم برصد إنتهاكات حقوق الانسان وتفعيل الرقابة على سير العمليات الانتخابية، وتلقى الشكاوى بالإختراقات التى تتم فى العملية الانتخابية، وكذلك الحملات الإلكترونية التى تتبناها بعض المنظمات النسوية التى تدافع عن حقوق المرأة مثل حملة شفت تحرش وحملة انا مش مزة وحملة إحترم نفسك – لسه فيكي رجالة يامصر، حيث أنتشرت هذه الحملات على تويتر وفيس بوك ويوتيوب، وسلطت الضوء على المتحرشين بالفتيات ونشرت أساليب تدريبيبة للسيدات للدفاع على أنفسهن وكذلك تلقى الشكاوى والبلاغات.

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013 ص ص 12 – 16.
- Nourhan elsebahy (2013) the impact of social media outlets on the presidential elections: a case study on egypt's 2012 presidential elections , unpublished master's thesis the american university in cairo, school of global affairs and public policy , pp22-23.
- Omeltchenko, tatiana. (2010) "globalizing american civic cultures? Transnational advocacy networks and local cultures of activism" paper presented at the annual meeting of the american sociological association annual meeting, atlanta, p8.



شكل (13) شعار حملة احترم نفسك



شكل (14) شعار حملة شفت تحرش



شكل (15) شعار حملة انا مش مزة

3- تعزيز الحكم الرشيد: أثرت الحكومة الإلكترونية على عمل ووجود الحكومة الكلاسيكية، فبمجرد دخول المواطن لمجتمع المعلومات وشبكة الانترنت يستطيع ان يحصل على مختلف الخدمات بدون عناء، كما عززت الحكومة الإلكترونية من تفعيل الإجراءات الديمقراطية فى العمليات الانتخابية والاستفاءات، ورفع جودة المعلومات وتبسيط طرق الوصول إلى المعلومات،وتخفيض كبير في زمن إنجاز المعاملات، وتخفيض كبير في أعباء الحصول على الخدمات الحكومية، وتخفيض كلفة تقديم الخدمة،ورفع مستوى تقديم الخدمة العامة، ورفع الكفاءة و تحقيق رضا المواطن.

وبعد ثورة 25 يناير بدأت الحكومات المتعاقبة تهتم بالتواصل مع مستخدمى الشبكات الاجتماعية بل وشن حملات إلكترونية لدعم قضايا معينة، وأهتمت الحكومات بالتواصل مع المستخدمين والتعرف على رغباتهم، فظهرت صفحات مختلفة لمختلف المؤسسات الحكومية والوزارات والهيئات، ومن امثلة الحملات التى شنتها أجهزة الحكومة الإلكترونية حملة "مصر فى قلوبنا" والتى دشنتها وزارة السياحة على الفيس بوك بهدف دعم السياحة المصرية.

4- تقوية دور الأحزاب السياسية: عملت الشبكات الاجتماعية على تقوية دور وتنشيط عمل الأحزاب السياسية بما أتاحته من فرص وقدرة على إنشاء مواقع حزبية على الانترنت والتفاعل مع الزائرين والتفاعل الحواري مع مستخدمى هذه الشبكات، ونشرالأخبار والخلفية التاريخية للحزب السياسي وبرنامجه الانتخابي، وتستخدم هذه الشبكات كقناة اتصال بين قاده الحزب والقاعدة الجماهيرية عن طريق استقبال الرسائل الخاصة أو الدردشة أو الاستفتاءات حول أداء الحزب في الانتخابات والتي من شأنها المساعدة في ترشيد القرار السياسي للحزب السياسي وتفعيل علاقته بالرأي العام عن طريق تطوير استراتيجتة الانتخابية، وعن طريق الشبكات الاجتماعية يستطيع الحزب الحصول على أعضاء جدد وحشد وتعبئة اعضائة وتنسيق الفعاليات السياسية الخاصة به، والاتصال المباشر بالرأي العام.

كما ساعدت مواقع الشبكات الاجتماعية الأحزاب السياسية والحركات الاجتماعية عامة في الدعاية والإعلان عن وتدشين الحملات الإلكترونية التى تتبنى أنشطتها أو تهدف للحصول التمويل والتبرعات لنشاطها أوللتجنيد والحشد والتعبئة لمؤيدها وتحقيق عملية الترابط بينهم، وتبادل المعلومات والتخطيط والتنسيق، حيث يمكن القول ان هناك ثلاث

وظائف رئيسية للحملات الإلكترونية للأحزاب السياسية عبر الشبكات الاجتماعية هي: التشارك في المعلومات، وتقديم الخدمات، وتعبئة وحشد الرأى العام الإلكتروني نحو القرارات الحزبية المتخذة أو تبنى مواقف الحزب.

5- تعزيز فرص المشاركة السياسية: تعرف المشاركة السياسية بأنها النشاط الذي يقوم به الأفراد بصفتهم الشخصية بهدف التأثير على القرارات الحكومية، أي أنه تتعدى مجرد التصويت في الانتخابات أو العضوية في الأحزاب السياسية، ومن هنا تظهر قدرة الشبكات الاجتماعية ولا سيما المدونات في توسيع مفهوم المشاركة السياسية من خلال إعادة تعريف السياسي ليضم كافة التفاعلات اليومية المرتبطة بالتأثير على بنية القوة في المجتمع والتأثير على توزيعها،و كذلك في تكسير الحواجز بين العام والخاص، وبين النخبة والجماهير وبين الفرد والدولة،ويقوم المدونون بإنشاء قنوات خاصة خارج القنوات السياسية الرسمية للمشاركة بطريقتهم للتعبير عن آرائهم ومصالحهم، وما أتاحته من أدوات تعبير جديدة دور فاعل في المشاركة السياسية غير الرسمية في مصر، لما تتمتع به من ارتفاع سقف حرية التعبير، وكشفها لمشكلات بنيوية وتنظيمية وثقافية ودينية وقانونية داخل المجتمع وكونها أداة للتفاعل بين الفرد والمجتمع والدولة، وتأثيرها على طبيعة ونمط العلاقة بين مدخلات ومخرجات النظام السياسي.

وقد أستغل الفاعلون الجدد والنشطاء الإلكترونيون الشبكات الاجتماعية فى تدشين الحملات الإلكترونية التى تحض المستخدمين على المشاركة السياسية والإنغماس فى الحياه السياسية والشأن العام ومن أمثلة هذه الحملات حملة "مصريون ضد الإرهاب".

وللحملات الإلكترونية عدة خصائص وهى(*):

1- وضوح رسالة الحملة وأهدافها المنشودة وفقا لإطار زمنى محدد.

2- التفاعلية: إحتواء الحملة على العناصر التفاعلية معها وإمكانية تشارك الجمهور للمحتوى والتفاعل معه.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
حنان أحمد سليم (2013) الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد 13، العدد 1، يناير مارس 2013، ص 304.
عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية،المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص 17.
Jeffrey cormier, d.b. Tindall, mario diani(2012) network social capital as an outcome of social movement mobilization , social networks journal , vol 34, iss 4, p 387.

3- استخدام العبارات الموجزة الواضحة دون عبارات فضفاضة.

4- مخططة ومرتبة بشكل دقيق ومحكم.

5- سريعة الإنتشار فى الفضاء الإفتراضي.

6- لها شعار يعبر عنها.

7- تتوافق مع قيم ومعايير المجتمع.

8- تعتد على هيكل تنظيمى مكون من فريق ذات خبرة ولها مستويات إدارية محددة.

9- تستخدم أكثر من شبكة إجتماعية كالفيس بوك والمدونات وتويتر واليوتيوب.

10- تعتمد على الوسائط المتعددة بمختلف أنواعها.

11- توزيع المهام بشكل دقيق ومحدد بين جميع الفرق والمسئولين.

12- عدم الاكتفاء بالشبكات الاجتماعية فقط والاستعانة بالمنتديات والقوائم البريدية من أجل نشر موضوع وفكرة الحملة وأنشطتها وبياناتها.

13- استخدام بريد إلكتروني خاص وموحد للحملة من أجل التواصل من خلاله.

14- التواصل مع جهات إعلامية معروفة من أجل إبراز الحملة إعلاميا وإشهارها.

15- ترجمة الحملة إلى لغات أخرى يكون حسب نوع الحملة وطبيعتها والجهات الموجهة لهم.

وتتعدد أهداف الحملات الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية ومنها(*):

1- تسليط الضوء على قضية أو موضوع معين فى فترة محددة.

2- التأثير على اتجاهات المستخدمين وخلف اتجاهات محابية وداعمة للحملة.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية:
- حنان أحمد سليم (2013) الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد 13، العدد 1، يناير مارس 2013،ص305.
- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية،سلسلة قضايا استراتيجية،المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص 16.
- Price, vincent., feldman, lauren., & others.(2006) "informing public opinion about health care reform through online deliberation" paper presented at the annual meeting of the international communication association, dresden, germany, p3.

3- الوصول الى أكبر عدد ممكن من المعجبين أو الجمهور المستهدف.

4- التواصل مع المستخدمين والجهات المعنية.

5- الانتقال من العالم الافتراضى الى أرض الواقع.

6- تجميع الاراء الإلكترونية والمشاركات الجماهيرية وأحتواء المستخدمين.

7- تعبئة و تحريك الطاقات والقدرات الشعبية واستغلالها لأهداف محددة.

ومن أهم تكنيكات المناصرة عبر الشبكات الاجتماعية[1]:

- نشر الوعى والمعلومات حول القضية.

- التشبيك وبناء التحالفات مع الجهات المعنية ووسائل الاعلام.

- التأثير والاقناع بأهمية إتخاذ قرارات معينة أو تحقيق مطالب بعينها Lobbying.

- المحاكاه من خلال الاعتماد على شخصيات مشهورة تتبنى الحملة وتروج لها.

- المقاضاه من خلال اللجوء للقضاء من أجل تحقيق مطالب محددة.

- الحشد Mobilization ودعوة أعضاء المجموعة لإتخاذ فعل معين يتم على أرض الواقع (مظاهرة أو وقفة إجتجاجية..)

- التمويل Fundraising وهو السعى لإيجاد ممولين للحملة.

- تحويل المعلومات الى مادة مرئية لكسب التأييد Visualizing Information for Advocacy وذلك لتسهيل إيصال المعلومات للمستخدمين.

- التفاعلية المستمر والتجاوب مع إستفسارات وتعليقات المستخدمين.

- التحديث المستمر لمحتوى الحملة عبر مختلف منصاتها.

1- rojas, hernando., puig abril, eulalia., wright, patrick. And berrio, cristian.(2009) "mobilizers mobilized: information, expression, mobilization, and participation in the digital age" paper presented at the annual meeting of the international communication association, chicago, p14.

ويعتمد بنيان أى حملة إلكترونية على هيكل تنظيمى يتكون من[1]:

1- **فريق المخططين:** لديهم الخبرة الكافية فى مجال التخطيط الإعلامي ورسم مسار الحملة وتحديد أهدافها وصياغة المضامين والرسائل الاتصالية وتحديد القوالب الفنية والجمهور المستهدف والنتائج المتوقعة.

2- **الفريق التقنى:** مسئول عن أعداد المحتوى الرقمي من ملفات وصور وفيديو وصوتيات وشعارات وتصميمات جرافيكية، ويهتم بإعادة تدوير المحتوى والأعمال الفنية وإدارة الصفحات عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة من الجانب التقنى فقط.

3- **فريق المنفذين:** ويشمل حميع الأفراد الذين يشاركون فى تنفيذ الحملة مثل الافراد الذين ينشرون المحتوى والروابط ويقومون برفع الصور ومقاطع الفيديو والمحتوى الخاص بالحملة والفيديوهات والوثائق والادلة الداعمة للحملة، ويقومون بالتفاعل مع الجمهور من خلال الرد على التساؤلات والاستفسارت، والترويج للحملة فى معظم الشبكات الاجتماعية والقوائم البريدية.

4- **المسئول الإعلامي للحملة:** ومهمته إعداد البيانات الإعلامية للحملة والتواصل مع الجهات الإعلامية والتحدث باسم الحملة أمام وسائل الإعلام التقليدي.

5- **فريق المتابعة والتقييم:** مسئول عن متابعة مسار الحملة وتقييم الاداء ومتابعة خطواتها وقياس تفاعل الجمهور معها ومدى تأييده أو رفضه لموضوع الحملة وتحليل نقاط القوة والضعف للحملة لتصويب المسار وتقويم الاداء بإستمرار.

6- **فريق الداعمين والرعاه:** وهى الجهات التى ترعى الحملة وتدعمها قد تكون جهة حكومية او حقوقية أو خيرية.

7- **المشرف العام على الحملة (المدير):** وهو المسئول عن متابعة تنفيذ مهام جميع الفرق السابقة.

1- حنان أحمد سليم (2013) الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد رؤية مستقبلية لنموذج تفاعلي، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد 13، العدد 1، يناير مارس 2013، ص 306

8 - سكرتير الحملة: ومهمته المتابعة الإدارية للحملة والتنسيق بين المسئولين ومتابعة ردود الأفعال للحملة، وأيضا متابعة المشاكل وحلها، وإعداد التقييم العام للحملة، ويكون تحت إشراف مدير الحملة.

وبعد أن يتم إعداد وتجهيز الهيكل التنظيمي للحملة الإلكترونية، يتم عمل خطة عمل تشمل وضع الأهداف المرجوة من هذه الحملة، والإطار الزمني لها، وعناصر التنفيذ، وأدوات التنفيذ.

ولا بد من تأكيد مفهوم مهم في نظام الحملات الإلكترونية، وهو أن هذه الحملات تهدف إلى التأثير على الرأي أو الموقف لدى جهات أخرى سواء شعبية أو نخبة، ولذلك لا بد من استخدام الأساليب والأدوات التي تساعد على إيصال هذه الرسالة بسهولة ويسر، فبعد أن يتم إعداد البيان الإعلامي للحملة، تتم ترجمته إلى لغات أخرى (حسب الحاجة لذلك)، ثم يتم تصميم صفحات على مختلف الشبكات الاجتماعية، ووضعه على ملف للتحميل، ويتم تصميم المواد الدعائية وإعدادها بالعبارات المناسبة للحملة وعليها شعارها، ثم يستملها بعد ذلك الفريق الإعلامي ليقوم بنشرها عبر جميع الوسائل المتفق عليها في الحملة[1].

1-nils gustafsson (2008) virtual mobilisation? Linking on-line and off-line political participation among swedish facebook users: courtesy and irritation , paper presented to workshop ’globalization as individualization and destabilization’, at the 15th nordic political science association , tromso, norway.pp3-4.

وفيما يلي خطوات تنظيم حملة للتأثير على الرأى العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية(*):

1- تحديد الهدف الخاص بالحملة وبلورته: ولابد أن يتسم الهدف بسمات الهدف الجيد الذكى SMART: Specificمحدد، Measureable قابل للقياس، Achievable ممكن تحقيقه، واقعي Relevant، Time-bound محدد بزمن محدد.

2- إنشاء مجموعة وبناء قاعدة (الانتشار): وتستهدف هذه الخطوة الحشد والتعبئة وضم أكبر عدد من المستخدمين للشبكات الاجتماعية وإعلان هدف الحملة فى أكثر من منفذ، سواء كانت صفحة على الفيس بوك أو قناه على يوتيوب أو حساب على تويتر أو غيره، ليحدث إنتشار رقمى واسع المدى للحملة بأكثر من نوع من أنواع الشبكات الاجتماعية المختلفة لتحقيق أكبر قاعدة افتراضية لنشر القضية.

3- إنشاء موقع خارجى للحملة: بمعنى تدشين موقع على الويب للحملة كنوع من الإعلام الموازى للشبكات الاجتماعية، بحيث يشتمل الموقع على معلومات الحملة وأخبارها بصفة محدثة بإستمرار، لتصل القضية إلى الجمهور الذي لا يملك حساب على الشبكات الاجتماعية، أو لم يسمع بالقضية من قبل، وبالتالي تصبح أداة تسويقية للترويج للقضية

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Miller, barbara.(2015) issue advocacy and traditional news content :a study of the impact of marketplace advocacy on local television news media "paperpresented at the annual meeting of the international communicationassociation, dresden international congress centre, dresden, germany,p20.
- Powers, shannon.(2011)targeting advocacy: why transnational activist networks direct advocacy campaigns at international criminal tribunals "paperpresented at the annual meeting of the international studiesassociation annual conference "global governance: political authority intransition", montreal, quebec ،canada ،p17-18.
- Dorazio, kim (2009) transnational interest groups- chinese advocacy from afar "paperpresented at the annual meeting of the midwest political scienceassociation 67th annual national conference ،chicago،p14.
- Grymes, joanna., boals, beverly., owens, lina. And williams, diana.(2009)" dispositions, ethics and advocacy skills :what is expected, what is realistic "؟paper presented at the annual meeting of the ate annual meeting, dallas, tx ،p31-33.
- Oung, mcgee (2009) the price of advocacy: mobilization and maintenance in advocacy organizations "paperpresented at the annual meeting of the wpsa annual meeting "ideas ، interests and institutions" ،vancouver, bc, canada ،p20.

ونشر المعلومات عنها، كما يمكن أيضاً إستخدام أدوات وواجهات خاصة يتم دمجها في الموقع لاتوفرها الشبكات الاجتماعية مثل النشرات البريدية والتوقيع على عريضة وغيرها.

4- الاتصال بمنظمات فاعلة: فعملية بناء التحالفات هو حجر الزاوية للتأثير على الرأى العام الإلكتروني والواقعي، لأن الفئات المستهدفة من الحملة لن تستجيب بالطبع فى حالة وجود شخص واحد يدافع عن القضية، فضلا عما تقدمه الجهات المشاركة فى الحملة من دعم مادى ومعنوى لها.

5- الاتصال بمجموعات الدعم المختلفة: كالمجموعات الاعلامية والقانونية والحقوقية التى تناصر الحملة وتروج لها وتنشرها، بحيث يتم نشر ملفات متتابعة مع كل إنجاز تحققه الحملة عبر وسائل الاعلام التقليدي كى تصل الحملة للجمهور الذى لايستخدم الشبكات الاجتماعية وذلك للحصول على الدعم المعنوى والمادى معا.

6- المتابعة: للتأكد من سير الحملة على الخط المتفق عليه، وإمكانية تعديل الاستراتيجية والتكنيكات بما يتوائم مع مستجدات الواقع.

نماذج لحملات إلكترونية مؤثرة على الرأى العام الإلكتروني:

- حملة "كلنا خالد سعيد": وهى من أشهر الحملات الإعلامية على مستوى مصر والوطن العربي والتى تبناها الناشط المصري وائل غنيم، بهدف تسليط الضوء على قمع الجهاز الشرطي ضد المصريين، وقد أثرت الحملة على الرأى العام الإلكتروني وحشدت أكثر من 3 ونص مليون معجب، وتعتبر من اهم الاسباب المحرضة على ثورة 25 يناير المصرية ضد النظام الأسبق.

- حملة "أوباما أطلق حميدان": حملة أطلقها مجموعة من الشباب السعودى من خلال الشبكات الاجتماعية يدعون من خلالها الرئيس الامريكي باراك أوباما لإطلاق سراح المعتقل السعودى حميدان التركي المعتقل فى سجن ولاية كلورادو الامريكية، وقد اعتمدت هذه الحملة على فيلم قصير من خمس دقائق ساهم فيه العديد من قادة الرأى السعودى مثل الشيخ سلمان العودة والشيخ حسن الصغار والإعلامي تركي الدخيل واللاعب نواف التمياط وقد حظى الفيلم بردود فعل واسعة على الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وقد ترجم الفيلم الى الانجليزية.

- **حملة مناصرة الأسرى المضربين عن الطعام بفلسطين**: حملة مناصرة الأسرى المضربين عن الطعام في سجون الاحتلال الإسرائيلي والتى دشنها مجموعة من النشطاء الفلسطينين عام 2012 عبر الشبكات الاجتماعية المختلفة وحددوا يوم الاثنين الموافق 17-12- 2012 كيوم للتضامن الإلكتروني عالميا لمساندة الأسرى المضربين عن الطعاموخاصة الأسيرين سامر العيساوي وأيمن شراونة، وقد هدفت هذه الحملة للضغط على اسرائيل وتدويل قضية الاسرى وفضح سياسات سلطات الاحتلال عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بمشاركة عشرات الصفحات الفلسطينية وأخرى عربية على مواقع فيس بوك وتويتر وبالتشبيك وبناء التحالفات مع إذاعات فلسطينية محلية وقنوات فضائية فلسطينية وعربية، وكان شعارها" حملة وطنية دولية لنصرة الأسرى.. الأسرى فى خطر"، وقد تجددت هذه الحملة مرة آخرى فى مايو 2014 بهدف مناصرة الأسرى الإداريين المضربين عن الطعام في سجون الاحتلال بأكثر من 12 لغة عالمية عبر الشبكات الاجتماعية تحت هاشتاج # مي_وملح، وبالتزامن مع هذه الحملة أنتشرت حملة موازية تحت شعار "أسقطوا الملف السري' وهى حملة تهدف إلى تكثيف البث الإعلامي المرئي والمسموع والمقروء، عن إضراب الأسرى، من خلال دعوة وسائل الإعلام العربية لعمل تغطيات خاصة، بالتوازي مع حشد الكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي'فيس بوك وتويتر' للتعريف بمعاناة الأسرى الإداريين وتطورات إضرابهم .

العامل الثاني: الحملات الإنتخابية الإلكترونية:

تحولت الشبكات الاجتماعية إلى منصة هامة لشن الحملات الانتخابية الإلكترونية سواء كانت لمرشح ما أو لحزب ما أو لقائمة معينة أو لحركة معارضة،وهو الأمر الذي نقل الحملات الانتخابية من الحائط والشارع إلى ساحات الشبكات الاجتماعية مستفيدة باتساع قاعدة المستخدمين وبسهولة توظيف الرسالة الإعلامية في عملية التأثير في الناخبين ودفعهم الى المشاركة السياسية[1].

وقد كثر استخدام الشبكات الاجتماعية في الحملات الانتخابية الإلكترونية لرخص التكلفة وسهولة تكوين الحملة سريعا ونشر الصور والفيديوهات الدعائية، بل أيضا

1- kiyohara, shoko.(2010) "a discussion toward adoption of internet election campaigns in japan:implications from the 2008 u.s. Presidential election" paper presented at the annual meeting of the theory vs. Policy? Connecting scholars and practitioners, new orleans,p6

لإتاحة الفرصة لكسر فترة الصمت الانتخابي وضعف الرقابة على سقف التمويل،وهو ما يمثل تجاوز لقيود اللجنه الانتخابية المشرفة على الانتخابات[1].

وتمثل الحملات الانتخابية الإلكترونية تحولا في مجال الدعاية الانتخابية عبر قدرة الفاعلين السياسيين في التعبئة والحشد والتأثير في توجهات الناخبين وتغطية عملية التصويت والرقابة وإعلان النتائج واتاحة الفرصه لمشاركة المتطوعين في تنظيم الفاعليات الانتخابية عبر الروابط الشبكية والتجمعات الإلكترونية، ولا تميز العضوية بها على أساس العمر أو الجنس أو الدين أو الموقع الجغرافي، وهو ما يجعلها ساحة مفتوحة للتعبير عن تنوع وجهات النظر[2].

وتحولت الحملات الإلكترونية الانتخابية الى سلاح في إدارة الصراع السياسي بين الفرقاء السياسيين، وتراوح ذلك ما بين استخدامها كوسيلة للدعاية الانتخابية أو للعمل على وقف المسار السياسي برمته عبر تنشيط دور اللجان الإلكترونية في استخدام الدعاية السوداء ونشر الشائعات وتشويه الخصم[3].

ولقد حظيت الحملات الإنتخابية الإلكترونية على كثير من الاهتمام من قبل المرشحين للانتخابات، حيث يتسابقون الى إطلاق حملاتهم الإلكترونية عبر تدشين المواقع الرسمية والحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن برنامجهم الانتخابي وإنجازاتهم، والرد على منتقديهم وتغطية نشاطهم الإعلامي من مؤتمرات أو تغطيات لنشاطهما في الصحف المختلفة، كما تعزز الحملات الإلكترونية من القدرة على التأثير في جمهور الناخبين عبر تعبئة المؤيدين الحاليين أو جذب مؤيدين جدد أو التأثير في المعارضين[4].

1- jo, youngmin. And hara, noriko.(2008) "the internet and election campaigns: evidence from the u.s. And korea" paper presented at the annual meeting of the mpsa annual national conference, chicago,p8.

2-liu, cheng-shan. (2004) "the news media, communication networks, and opinion heterogeneity: a preliminary assessment with agent-based modeling" paper presented at the annual meeting of the international communication association, new orleans,p3.

3-michael a. Stefanone , kyounghee kwon & derek lackaff (2012) exploring the relationship between perceptions of social capital and enacted support online , journal of computer-mediated communication , vol 17 , p 451.

4- ناجي عبد النور (2014) الاعلام الجديد وتغطية انتخابات ما بعد ثورات الربيع العربي: الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "**، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 5 -7.

ويمتلك الفاعلون في الحملات الإلكترونية القدرة على مخاطبة وصياغة أهداف الجمهور والتلاحم مع مشاكله بدرجة أكبر وأسرع من المؤسسات الإعلامية التقليدية والتي ينعكس نمط ملكيتها على أدائها الإعلامي[1].

وتزداد أهمية الحملات الإلكترونية بالنسبة للمرشحين في وقت الأزمات الامنية التي تعيشها الدول والأنظمة نظرا لصعوبة الأوضاع التي تمنعهم من النرول الى الميدان ومخاطبة الجمهور[2].

ويرتبط نجاح الحملات الإلكترونية في التأثير في الناخب بقدرتها على الإنتقال من الطابع الإلكتروني إلى أرض الواقع في شكل فعاليات انتخابية وقدرتها على إقناع الناخبين، والالتزام بالمصداقية والتنظيم الجيد وتوزيع الأدوار بما يجعل ردود الأفعال ذات طابع تنظيمي وليس عشوائي[3].

وتستخدم الشبكات الاجتماعية في شن الحملات الإلكترونية لرخص التكلفة وسهولة نشر الصور والتصميمات والفيديوهات الدعائية، وإتاحة الفرصة لكسر فترة الصمت الانتخابي وضعف الرقابة على سقف التمويل، وهو ما يمثل تجاوزات ضد التنظيمات المتبعة من قبل اللجان الانتخابية المشرفة على الانتخابات[4].

وتقاس فاعلية نجاح الحملات الإلكترونية من خلال عدة مؤشرات عددية مثل عدد المشاهدات أو عدد المعجبين للصفحات أو التغريدات وأنتشار الهاشتاج (الوسم) كمؤشر على نجاح الحملة الإلكترونية-، ولكن لا يقتصر الأمر على هذه المؤشرات فى القياس وذلك لأنه قد يكون جزء كبير منها أقل من السن الإنتخابي أو ممن لا يحملون جنسية الدولة

1 -sebasti ´an valenzuela , namsu park, kerk f. Kee (2009) is there social capital in a social network site?: facebook use and college students’ life satisfaction, trust, and participation, **journal of computer-mediated communication**, vol 14 , p 875.

2 -harwood, paul. And seaton, nicholas. (2010) "the viral election: the role of information technologies and social media in the 2008 election" **paper presented at the annual meeting of the theory vs. Policy? Connecting scholars and practitioners**, new orleans,p5.

3- franch, fabio.(2013) “wisdom of the crowds 2.0: 2012 us election prediction with social media" **paper presented at the annual meeting of the sssa annual meeting**, new orleans, louisiana, p8.

4- martin, jason a.(2013) "issue information and technological choice in a senate election campaign: news, social media, candidate communications, and voter learning" **paper presented at the annual meeting of the association for education in journalism and mass communication**, las vegas ,p10.

التى بها الانتخابات أو وجود اعجابات وهمية أو وجود حسابات مكرره لنفس الشخص، بالتالى ليس من الصحيح أن تترجم قوة الحشد الإلكتروني بالضرورة إلى أصوات انتخابية فعلية او قوة سياسية واقعية، أى قد تؤدى التفاعلات الاتصالية حول الحملات الإلكترونية الى التضخيم من حجم تأثيرها لتعطي انطباع زائف بانتشارها على نطاق شعبي جارف[1].

وتؤثر الحملات الإنتخابية الإلكترونية للمرشحين عبر الشبكات الاجتماعية على الرأى العام الإلكتروني للمستخدمين **حيث تقوم مثل هذه الحملات بعدة وظائف وهى**[2]:

1- تكوين الصورة الذهنية للمرشح عند الناخبين: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعى أثناء الحملات الانتخابية هى اللاعب الرئيسى فى وسائل الاعلام الجديد وذلك لقدرتها على تشكيل صورة المرشح لدى الناخبيين فى دائرته، حيث تقوم الصفحات التابعة للمرشح بتقديم نبذة عن حياته العلمية والعملية، وأهم إنجازاته فى خدمة المجتمع عامة ودائرته خاصة، وبالتالى تعرف الناخبيين بأهداف مرشحهم.

2- الاتصال: من أبرز المميزات التى وفرتها الشبكات الاجتماعية هى تفاعل المرشح مع الناخبين، فلم يعد الناخب متلقى للمعلومات والرسائل الانتخابية فقط، بل مكّنت الشبكات الاجتماعية الناخبين من التعبير عن أرائهم وتوصيل صوتهم للمرشحين فى القضايا المثارة حول الحملة الانتخابية، فأصبحت هناك إمكانية للتحاور بين المرشحين والناخبين.

3- التعبئة والتحشيد: فالناخبين الذين يقتنعون ببرنامج وأهداف المرشح، ويعرفون عنه مساهماته الخيرية لابناء الدائرة ومساعداته المختلفة للغير، يسعون بأنفسهم للدعاية له فى ظل المنافسة الانتخابية، وبالتالى يتطور دورهم ويصبحوا متطوعين للمرشح بتدشين صفحات جديدة مؤيدة لمرشحهم لجذب مزيد من الأنصار والمؤيدين عبر الفضاء الافتراضى.

1- latimer, christopher.(2008) "the potential of the internet as a campaign tool: the relationship between incumbency, political party, election outcomes and the relative quality of campaign websites" **paper presented at the annual meeting of the southern political science association**, new orleans,pp11-14.

2- محمد نور البصراتي (2014) دور الإعلام الجديد فى تعزيز المشاركة السياسية مصر نموذجاً، **ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"**، جامعة بسكرة، الجزائر، 2 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 16-18.

4- بناء الثقة بين المرشح والناخبين: رغم أزمة الثقة في مجتمع التواصل الاجتماعى نتيجة عدم التأكد من شخصية المتحاورين، الا ان الحملات الانتخابية والدعاية للمرشح تحافظ على جسور الثقة بين المرشح والناخب، حيث يسعى المرشحون إلى كسب ثقة ناخبيهم من خلال تقديم المعلومات الصحيحة، حيث من المفترض أن المرشح معروف لعدد من أبناء الدائرة وبالتالى يصعب عليه تقديم معلومات مغلوطة عنه أوعن عائلته.

5- شن الحملات المضادة: تستخدم الشبكات الاجتماعية فى الحملات المضادة من خلال إطلاق الشائعات للتأثير على المرشح المنافس، وذلك لما يمثله متغير السمعة من عنصر أساسى وفاعل فى الانتخابات، ولذا يحرص المرشحون على مواجهة الشائعات والحفاظ على مصداقيتهم من خلال تدشين الصفحات على الشبكات الاجتماعية لتصحيح المعلومات المغلوطة أو العمل على توظيفها كأداة فى الحملات المضادة مثل انتهاز سقطات المرشحين المنافسين ونشرها على تلك الشبكات.

6- التسويق السياسى للأحزاب: بعد ثورة 25 يناير أدخل تعديل على القانون 40 لسنة 1977 بشأن تنظيم الاحزاب، بمقتضاه يتم الترخيص بإنشاء الأحزاب بالإخطار بعد استيفاء المقومات الاساسية للحزب، وقد كانت وسائل الاعلام الرسمية و المرتبطة بالدولة محظورة على الاحزاب فى التعريف ببرامجها أو إنجازاتها، ومن ثم وجدت تلك الاحزاب فى الشبكات الاجتماعية وسيلة تستطيع من خلالها أن تعرض أهدافها و برامجها وأن توسع دائرة عضويتها، فكل حزب قام بإنشاء صفحة على الفيس بوك للتواصل مع الجماهير وتقديم رؤيته حول الاوضاع العامة فى الدولة، وهو الأمر الذى ساهم فى زيادة عدد الأحزاب بعد الثورة لدرجة غير مسبوقة فى تاريخ الدولة المصرية، وبالتالى تعتبر الشبكات الاجتماعية أحد عوامل التأثير فى الانضمام لعضوية الاحزاب بل وفى نشأة الأحزاب نفسها.

وهناك عدة اعتبارات هامة لنجاح الحملات الانتخابية عبر الشبكات الاجتماعية[1]:

1- استخدام الحملة لكافة المحفزات الوطنية والاستمالة العقلية والعاطفية لزيادة قدرتها على اقناع الناخبين.

1- عادل عبد الصادق (أبريل 2014) الحملات الالكترونية في سباق الانتخابات الرئاسية، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني، متاح على:

http://www.accronline.com/print_article.aspx?id=18987

2- مراعاه الالتزام بالقواعد والتشريعات المنظمة للعملية الانتخابية ولاسيما فى فترة الصمت الانتخابى وذلك نظرا لأن الشبكات الاجتماعية قد عززت من فرص الرقابة الشعبية والدولية على أداء المرشحين والعملية الانتخابية برمتها، بالتالى حدوث اى إنتهاك للتشريعات المنظمة للعملية الانتخابية قد يضر الحملة.

3- يتوقف نجاح الحملة الإلكترونية على المصداقية والتنظيم الجيد وتوزيع الادوار بما يجعل ردود الأفعال ذات طابع تنظيمي وليس عشوائي.

4- إن مواجهة الحملات الإلكترونية المسيئة أو المغرضة لا يجب إن يتم التعامل معها امنيا فقط عبر حجب الروابط الإلكترونية بل يجب إن يتم التركيز على الحل السياسي بمواجهة الأفكار بأفكار أخرى مضادة وتنوع الادوات الاعلامية.

5- أهمية تركيز الخطاب الانتخابي المستخدم في الحملة على أولوية القضايا الوطنية والأكثر التصاقا بمعاناة المواطنين كالتعليم والصحة والبطالة وسيادة القانون ومكافحة الفساد.

6- تبني نشر خطاب إعلامي ألكتروني يرتكز على عدم الإقصاء السياسي وأهمية التوافق الوطني والمصالحة الوطنية وحيادية مؤسسات الدولة في الانتخابات.

7- أهمية احترام حرية الرأي والتعبير على الشبكات الاجتماعية وتفعيل ميثاق الشرف الإعلامي وهو ما يعمل على ترشيد استخدام تلك الادوات الجديده.

8- أدراك عملية تحول الحملات الإلكترونية إلى وسيلة ضغط ليس فقط من جانب القوى التقليدية بل من قبل قوى جديدة ونشطاء ألكترونيين أكثر ذكاء ومراقبة لأداء المرشحين، ولديهم القدرة على النقد والتأثير والحشد والتعبئة.

9- ترتبط نجاح الحملة الإلكترونية بمدى تعبيرها عن الواقع وعن أولويات الرأي العام الواقعي والإلكتروني وهو ما يمنع تعرضها إلى التلاشي وضعف الانتشار والتأثير أو بتحولها إلى ظاهرة إعلامية سرعان ما تنتهي.

10- ان عمليات الحشد الإلكتروني وراء أفكار أو مرشحين لا يتم ترجمته بالضرورة الى قوة تصويتية ولكنها قد تشكل غطاء سياسي يستخدم في الدعاية ويمكن توظيفه في مرحلة ما بعد الانتخابات.

11- اهمية ادراك المرشحين ان المجتمع الافتراضى يمتلك أدوات جديدة ومؤثرة للتعبير عن مطالبه وتعزيز قدرته في الـتأثير على عمليات الحشد والتعبئة الافتراضية،ومن ثم فان المصداقية واحترام عقولهم مفتاح الاستحواذ على قلوبهم.

نماذج للحملات الإنتخابية الإلكترونية:

1- الحملة الانتخابية للرئيس باراك أوباما 2008: حيث أعتمدت الحملة فى المرتبة الاولى على الوسائل الإلكترونية والانترنت والمحمول،والشبكات الاجتماعية كالفيس بوك وتويتر ويوتيوب وماى سبيس، وقد نجحت الحملة فى حشد الاصوات لصالح أوباما والترويج له كمرشح رئاسي أمريكي.

2- الإنتخابات البرلمانية: (نموذج الانتخابات البرلمانية المصرية 2012) تعتبر انتخابات مجلس الشعب المصري 2011-2012 هي أول انتخابات لمجلس الشعب المصري بعد ثورة 25 يناير، وأقيمت هذه الانتخابات على ثلاثة مراحل بدأت يوم 28 نوفمبر 2011 وحتى 11 يناير 2012، واكتسبت هذه الانتخابات أهميتها لكون مجلسي الشعب والشورى المنتخبين سيقومان باختيار الجمعية التأسيسية المصرية 2012 من 100 عضو لكتابة دستور جديد للبلاد.

وقد اهتمت اللجنة العليا للانتخابات البرلمانية الأولى باستخدام الشبكات الاجتماعية كمدخل مكمل لعملها، حيث أن تعديلات قانون مباشرة الحقوق السياسية أعتبر أن الموطن الانتخابى الذى يدلى فيه المواطن بصوته هو العنوان الذى يقطن به والمقيد فى بطاقة الرقم القومى، وطبقاً لذلك التعديل أصبح هناك ضرورة لوجود موقع الكترونى يسهل للناخب معرفة اللجنة الفرعية الذى يجب أن يتوجه اليها للإدلاء بصوته، ولذا قامت اللجنة العليا للانتخابات بتصميم موقع خاص بها على شبكة الانترنت وصفحة على الفيس بوك يتم من خلالها إعلام الناخب باللجنة التى يتبعها دون عناء البحث فى السجلات كما كان يحدث من قبل، مما كان له الاثر فى تسهيل إجراءات مشاركته السياسية، وبالتالى أوجدت الشبكات الاجتماعية علاقة ارتباطية بين الناخب واللجنة العليا للانتخابات.

أما على مستوى المستخدمين للشبكات الاجتماعية، فقد ظهرت العديد من الصفحات والفيديوهات والتصميمات الجرافيكية التى تناهض الترويج للأحزاب السياسة المنبثقة من رحم الحزب الوطنى الديمقراطي الحاكم أثناء فترة الرئيس السابق مبارك حيث صدر حكم قضائي بحل الحزب الوطني الديمقراطيالحاكم في 16 أبريل 2011، ولجأ منتسبي الحزب لإنشاء عدة أحزاب جديدة للمنافسة على مقاعد البرلمان الجديد، وهو ما أثار قلق العديد من القوي السياسية المصرية لما اعتبروه محاولة لإعادة بناء النظام السابق، فنادى الكثير من الأحزاب والشخصيات السياسية بتطبيق قانون العزل السياسي على من أفسدوا الحياة السياسية من رموز وقادة الحزب الوطني، ومن ثم ظهرت الأصوات المناهضة لهذه الاحزاب عبر الشبكات الاجتماعية مثل صفحة "امسك فلول" وقد أمتد نشاط هذه الحركة من الحياه الافتراضية الى أرض الواقع وبدأ الشباب المشاركون فى هذه الحركة فى نشر مطبوعات وملصقات بالشوارع لتحذير الجمهور من التصويت لقوائم الأحزاب المنبثقة من الحزب الوطنى، كما ظهرت بعض الاغانى التى تسوق لأحزاب سياسية معينة حيث تعتبر شبكة يوتيوب هى الاهم فى نشر الأعمال الغنائية المرتبطة بالأحزاب مثل نشيد حزب النور وأغنية حزب الحرية والعدالة و أغنية "امسك فلول".

3- الانتخابات الرئاسية المصرية (نموذج إنتخابات 2014): بعد تولى رئيس المحكمة الدستورية العليا عدلي محمود منصور رئاسة الجمهورية فى 2013/7/3 لفترة إنتقالية، حيث أعلن وزير الدفاع المشير عبد الفتاح السيسي آنذاك خارطة الطريق والتى بمقتضاها عزل الرئيس السابق محمد مرسي وتم تجميد العمل بدستور 2012، ثم أعلنت لجنة الانتخابات الرئاسية الفترة من 15 إلى 18 مايو 2014 (تم مدها حتى 19 مايو) لاقتراع المصريين في الخارج، ويومي 26 و27 مايو 2014 (تم مدها حتى 28 مايو) لإجراء الانتخابات في الداخل، حيث أنتخب المصريون في هذه الانتخابات الرئيس السادس لجمهورية مصر العربية، وقد تمكن من الترشح كل من المشير عبد الفتاح السيسي والسيد حمدين صباحي.

وبالنسبة لاستخدام الشبكات الاجتماعية فى هذا الصدد على مستوى اللجنة العليا للإنتخابات عمدت صفحة اللجنة على الفيس بوك بتدشين كافة البيانات الإعلامية الصادرة مع الانتخابات كما تبادل المستخدمين الاراء نحو هذه البيانات، كما عمد المستخدمون على إبداء بعض التعليقات التى تحمل شكاوى من سير العملية الإنتخابية أو تجاوزات معينة.

وعلى مستوى المرشحين المشير السيسي وحمدين صباحي، فقد استخدمت الحملتين التسويقيتين للمرشحين الشبكات الاجتماعية بهدف التأثير على المستخدمين وكسب حصة تسويقية من الأصوات، فبالنسبة لحمدين صباحي تمكنت حملته بإستخدام الشبكات الاجتماعية على نطاق واسع فقامت الحملة الرسمية لترشيح حمدين صباحي على الفيس بوك تحت عنوان حمدين صباحي رئيسا لمصر تحت شعار "واحد مننا" بالعديد من التغطيات الاخبارية لأنشطة حمدين صباحى الانتخابية لدعم صورته الذهنية لدى المستخدمين، https://www.facebook.com/Hamdeen.Egypt، كما استثمرت الحملة الشبكات الاجتماعية الاخرى بإتاحة صور خاصة لصباحي على موقع Instagram لمشاركة الصور والفيديوهات، وكذلك عبر موقع Sound Cloud الخاص بنشر التسجيلات الصوتية إلكترونيًا، وأيضا عبر تويتر.

أما حملة المشير السيسي فقد عمدت على استخدام الفيس بوك وتويتر ويوتيوب، وتمكنت الصفحة الرسمية للحملة من تغطية الأنشطة الانتخابية للسيسي تحت شعار "تحيا مصر" https://www.facebook.com/AlSisiofficial?fref=ts وانتشرت العديد من الأغانى الداعمة للسيسي عبر اليوتيوب، وأعلنت الحملة عن تواصل مرشحها مع مؤيديه، والرد على أسئلتهم عبر هاشتاج "#تحيا_مصر"، وعلى الجانب الآخر دشنت حملة المرشح الرئاسي حمدين صباحي هاشتاج "#هنكمل_حلمنا"، # واسأل_حمدين على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، ليجيب على أسئلة واستفسارات أنصاره ومحبيه، وأصبح الهاشتاجان يتنافسان على موقع الصدارة على الفيسبوك وتويتر.

وقد استخدمت الحملتين موقعى تويتر وفيس بوك، ولكن امتد استخدام حملة السيسي لشبكات اجتماعية جديدة للوصول إلى جماهير جدد خلال الدعاية الانتخابية، ومن بينها «إنستجرام»، و«جوجل بلس، كما طرح برنامجه الانتخابي قبل ساعة 72 من التصويت عبر أنظمة تشغيل أندرويد وآبل. وفي ضوء هذه الحملات، كان هناك أكثر من 3 ملايين متابع للصفحة الرسمية لحملة السيسي على فيسبوك مقابل أكثر من 672 ألف متابع لصفحة الحملة الرسمية لصباحي.

وقد استخدمتا الحملتين الوظيفة التعبوية من خلال الدعوات لتنظيم سلاسل بشرية،وعرض صورها على الموقع الرسمي والصفحات الخاصة بالحملة، وهي الطريقة التي استخدمتها حملة السيسي، في حين دشنت حملة صباحي فعاليات عبر صفحاتها

لاجتذاب ناخبين جدد، من بينها حملة "خمسة في خمسة "لدعم مرشحها، بموجبها يقوم كل مؤيد لحمدين بإقناع 5 من أصدقائه بانتخابه.

وعلى مستوى المعارضين فقد دعت بعض القوى السياسية عبر الشبكات الاجتماعية بمقاطعة الانتخابات مثل حزب مصر القوية وحركة 6 أبريل وحركات أخرى، وتمكنت هذه القوى عبر صفحاتها الرسمية من ترويج عدة حملات للمقاطعة فعلى سبيل المثال دشنت حركة 6 أبريل حملة "ضدك" كما دشن الإخوان حملة "صوتك خيانة"، بالإضافة الى حملة "باطل void" التى صنفت نفسها بأنها شبابية مستقلة.

4- الانتخابات الرئاسية الإيرانية 2009: استخدم الرأى العام الإلكتروني الإيراني الشبكات الاجتماعية والمدونات للرقابة الشعبية على إنتخابات 12 / يونيو 2009 والتى فاز بها أحمدى نجاد، حيث عمدت السلطات الايرانية على تعطيل التغطيات الاعلامية للإنتخابات، فقد تم تعطيل خدمة الرسائل النصية القصيرة قبل ساعات من فتح صناديق الإقتراع في 12 يونيو، كما وتم إغلاق خدمة الهاتف المحمول في 13 يونيو 2009، وهو اليوم الذي أُعلنت فيه نتائج الانتخابات، وفي الأيام التي أعقبت ظهور النتائج المتنازع عليها، هاجمت قوات الأمن الإيرانية وأعضاء الحرس الثوري "الباسيج" الصحفيين الذين حاولوا تغطية المظاهرات الشعبية المتصاعدة وضايقوهم.

وقد فرضت السلطات قيوداً محكمة على التغطية الإعلامية الأجنبية حيث شوشت على محطة راديو وتلفزيون بي بي سي باللغة الفارسية ومحطة إذاعة "فاردا" التي تمولها الحكومة الأمريكية، وأغلقت لفترة غير محددة مكتب محطة "العربية" في طهران بعد أن اتهمت السلطات المحطة بالتحيُّز.

كما اعتقل العديد من الصحفيين العاملين لدى وسائل إعلام أجنبية وصودرت أشرطتهم ومعداتهم وأعمال أخرى أنتجوها، وأعلنت السلطات عن أن بطاقات الإعلاميين أصبحت لاغية، كما ورفضت السلطات الإيرانية طلبات تقدم بها صحفيون أجانب لتمديد تأشيراتهم التي تبلغ مدتها أسبوعاً واحداً. وقد غادر الصحفيون الأجانب الذين كانت الحكومة قد دعتهم لتغطية الانتخابات بسبب انتهاء صلاحية تأشيراتهم أو بسبب ترحيلهم قبل انتهائها.

من هنا ظهرت الحاجة إلى البديل الذي جاء في شكل الإعلام الجديد متمثل فى المدونات والشبكات الاجتماعية والتي استخدمت لنقل وتغطية الأخبار في الأوقات الاستثنائية،حيث لعب المدونون في إيران دورا هاما جدا في تغطية الاحتجاجات شعبية التي اندلعت في منتصف يونيو 2009 على نتائج الانتخابات التي أظهرت فوز الرئيس الحالي محمود أحمدي نجاد بفارق كبير على منافسه الرئيسي المعارض الإصلاحي مير حسين موسوي.

وقد ردت الحكومة بحملة واسعة النطاق اتسمت بالقسوة لقمع الاحتجاج، وتحولت الاحتجاجات على التزييف المزعوم لأصوات الناخبين إلى مظاهرات عارمة، ومن هنا برز وبقوة إلى السطح المدونات والشبكات الاجتماعية التي أصبحت أثناء الاحتجاجات وأعمال القمع هي مصادر الأنباء الاساسية.

ولعل لقطة الفيديو الأشهر هي الخاصة بالفتاة الإيرانية ندا أغا سلطان "27 عام" التي تناقلتها مواقع الانترنت سجلتها كاميرا هاتف محمول للحظات اغتيال "ندا" برصاصة وجهها رجل من الباسيج مباشرة إلى صدرها، بينما كانت تقف رفقة أحد معارفها على جانب من إحدى الطرق في العاصمة "طهران" تراقب الاحتجاجات والمظاهرات.

وقد حملت هذه اللقطة على موقعي فيس بوك واليوتيوب، ثم انتشرت بسرعة عبر كثير من مواقع الشبكة العنكبوتية، وقد كان هذا المقطع مثير للرأى العام الإلكتروني العالمى وتناقلته القنوات الفضائية المختلفة، يذكر أن تلك اللقطة ساهمت إلى حد كبير في تكوين رأى عام عالمي مناهض للسلطات الإيرانية في قمعها للمتظاهرين المحتجين على نتائج الانتخابات الرئاسية.

حيث أدركت السلطات الإيرانية أن بمقدور الإعلام عبر الانترنت أن يشكل تهديداً، فعمدت إلى إغلاق مواقع الشبكات الاجتماعية داخل إيران مثل موقع "تويتر" و"ديليموشن" و فيسبوك" إلى جانب مواقع الإصلاحيين وموقع "يوتيوب".

العامل الثالث: الرقابة على الشبكات الاجتماعية والانترنت:

من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأى العام الإلكتروني عامل الرقابة على الشبكات الاجتماعية والانترنت بل ومختلف الوسائط التكنولوجية الآخرى، حيث يميل المستخدم الى عدم التعبير عن

رأيه عبر الشبكات الاجتماعية فى حالة شعوره بوجود من يراقبه، فقد يعتمد المستخدم على تجهيل معلومات شخصية عنه، ولكن يصعب عليه أن يتحكم فى تتبعه إلكترونيا[1].

وتنتهج بعض الحكومات بالعالم العربي سياسات محكمة للرقابة على الشبكات الاجتماعية، ولاسيما بعد زيادة معدلات الإرهاب والعمليات التخريبية مع ظهور الجماعات الإرهابية ولاسيما داعش.

ومن أشهر برامج التجسس على الشبكات الاجتماعية برنامج بريزم PRISM للتجسّس الإلكتروني الشامل، إذ يتيح البرنامج الحصول على معلومات متعلقة بأهداف من خوادم الانترنت (سيرفرات) في عدد من كبريات شركات التقنية الرقمية، مثل جوجل وآبل، ومايكروسوفت، وفيسبوك، وياهوو وتويتر وغيرها، من دون الحاجة إلى طلبها. وقد استخدمته بريطانيا وأميركا في التجسس على الشبكات الاجتماعية[2].

كما يوجد برنامج آخر باسم تمبورا TEMPORA الذي تستخدمه القيادة الحكومية للاتصالات في بريطانياً، ويخزّن تمبورا محتوى الاتصالات التي يلتقطها لمدة ثلاثة أيام[3].

وعلى سبيل المثال فى مصر تم إغلاق الحساب الشخصي لأبو سليمان الجهبذى - على تويتر- المنفذ الرئيسي لعملية ذبح الأقباط المصريين فى ليبيا عام 2015 كأحد العمليات الارهابية لداعش، كما تم إغلاق العديد من الصفحات التى تحرض ضد الجيش المصري وتدعو لأعمال تخريبية وأرهابية مثل صفحة ولاية سيناء على الفيس بوك والتى تبث فيديوهات لعملياتهم الارهابية، كما تم محاكمة بعض المسئولين عن صفحات دشنت خصيصا لإزدراء الاديان على الفيس بوك.

1- jingsi wu (2011) entertainment and the public sphere: the convergence of popular culture and politics in china's public sphere and cyberspace , unpublished phd dissertation , state university of new york , college of arts & sciences department of sociology. Pp 24-25.
2- bjarki valtysson (2012) facebook as a digital public sphere: processes of colonization and emancipation , journal for a global sustainable information society ,vol 10, no 1, p77.
3- bernhard debatin & jennette p. Lovejoy(2009) facebook and online privacy: attitudes,behaviors, and unintended consequences ,journal of computer-mediated communication ,vol 15 ,p 85.

ومن الأساليب الرقابية على الانترنت خاصة ووسائل التكنولوجيا عامة فى مصر ما يلى:

1- مراقبة الشبكات الاجتماعية عبر مشروع رصد المخاطر الأمنية للشبكات الاجتماعية: فى إطار المراقبة لأنشطة مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومحادثاتهم ومراسلاتهم الشخصية، أعلنت الحكومة المصرية ممثلة في وزارة الداخلية عن إجراء مناقصة بطريقة الممارسة المحدودة بهدف توريد وتشغيل برمجيات تهدف إلى مراقبة النشاط الرقمي على الشبكات الاجتماعية.

جاء المشروع الذي أعلنت عنه الوزارة تحت عنوان "مشروع رصد المخاطر الأمنية لشبكات التواصل الاجتماعي- منظومة قياس الرأي العام "والذي أعلن عنه بتاريخ 2014/6/1 من خلال تقرير نشرته صحيفة الوطن المصرية[1].

ويهدف هذا المشروع إلى استخدام أحدث إصدارات لبرامج نظام رصد المخاطر الأمنية لشبكات التواصل الاجتماعى والتعرف على الأشخاص الذين يمثلون خطراً على المجتمع وتحليل الآراء المختلفة التى من شأنها التطوير الدائم للمنظومة الأمنية بوزارة الداخلية المصرية،وكذا الأجهزة اللازمة وتراخيص البرامج الخاصة بها التى تضمن التشغيل **وتحقيق النتائج والتكامل مع المنظومة الأمنية، وذلك من خلال:**

- البحث عن المصطلحات والمفردات المختلفة التى تُعد مخالفة للقانون والآداب العامة أو خارجة عن نطاق العرف والروابط المجتمعية.

- تقديم أداة تحليلية لتحليل آراء واتجاهات أعضاء الشبكة الاجتماعية، حيث يتم تجميع الإحصاءات الخاصة بالمواضيع الأكثر تداولاً جنباً إلى جنب مع اتجاهات النمو فى المواضيع الأقل تداولاً.

- دعم اتخاذ القرار، وتركز التقارير المقدمة على موضوعات النقاش الهامة التى تؤثر على مثل تلك القرارات.

1- جريدة الوطن (يونيو 2014) »الداخلية« تفرض «قبضة إلكترونية» على جرائم شبكات التواصل الاجتماعى، متاح على:
http://www.elwatannews.com/news/details/495659

- النظام المطلوب (نظام رصد المخاطر الأمنية) نظام مركزى مرتبط بالجهات البحثية ومتكامل مع المنظومة الأمنية بجهات الوزارة .

- رفع كفاءة العاملين بنظام رصد المخاطر الأمنية من خلال التدريب .

- تقديم استشارات فنية متطورة .

- تأمين قاعدة البيانات بما يمنع اختراقها بكافة الأساليب الفنية الحديثة.

- التحليل والتقرير لكافة المعلومات الأمنية الواردة من خلال نظام الرصد.

وقد جاء رد الفعل من جانب النشطاء الإلكترونيين عبر الفيس بوك وتويتر بشكل ساخر من خلال إنشاء وسم "هاشتاج" على موقعي تويتر وفيسبوك بعنوان" إحنا متراقبين"

فيما قرر بعض النشطاء والمنظمات الحقوقية مقاضاة وزارة الداخلية على إثر هذا الإعلان بأن أقاموا الدعوى القضائية رقم 63055 لسنة 68 قضائية أمام محكمة القضاء الإداري.

2- أجهزة الحجب: حيث أجرت وزارات الداخلية والاتصالات والإعلام بمشاركة شركات المحمول، بعض تجارب المراقبة، كانت إحداها في 6 إبريل عام 2008 والأخرى في 10 أكتوبر 2010، وقد استهدفت التجربتين قطع الاتصالات عن مصر وكيفية حجب بعض المواقع الرقمية، وأسلوب منع الدخول على شبكة الانترنت "لمدينة أو لمحافظة أو لعدة محافظات"، وكذلك إبطاء مواقع رقمية محددة، ووضع خطة لسرعة الحصول على بيانات مستخدمي الشبكة عقب استخدامها خلال فترة لا تقل عن ثلاثة أشهر.

3- مراقبة خدمة رسائل المحمول: عملت الحكومة على مراقبة خدمة رسائل المحمول المجمعة "BULK SMS"، إلا أن محكمة مصرية أصدرت عام 2010 قرارا بوقف تنفيذ قرار الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات بإخضاع خدمة الرسائل النصية القصيرة المجمعة للرقابة المسبقة أو اللاحقة، وبحظر تعليق مباشرة الشركات المرخص لها لنشاطها المتعلق بتقديم تلك الخدمة على وجوب الحصول على موافقات مسبقة قبل تقديم الخدمة.

4- برمجيات "جاما": كما كشفت بعض الوثائق التي تم تسريبها من داخل مقرات مباحث أمن الدولة التي تم اقتحامها من قبل بعض المواطنين في أعقاب اندلاع ثورة يناير عن

محاولات للحكومة المصرية لشراء تقنيات تمكنها من التجسس على بيانات وأنشطة مستخدمي وسائل الاتصال الرقمية (المحمول والانترنت ولاسيما المدونات)، وذلك من إحدى الشركات المتخصصة في صناعة هذه البرمجيات والتي تسمى "مجموعة جاما الدولية".

5- برمجيات "بلوكوت": نشر موقع BuzzFeed الأميركي[1]، أن وزارة الداخلية المصرية بدأت عملية مراقبة غير مسبوقة لشبكة الانترنت بعد التعاقد مع شركة Blue Coat الأميركية، المتخصصة في حلول الأمن والأمان الرقمي لتركيب أنظمة تسهل عمليات الرقابة والتعقب لأنشطة المستخدمين المصريين على شبكة الانترنت، وذلك بالتعاون مع شركة "مصر للنظم الهندسية" SEE، وكيل الشركة الأميركية في القاهرة.

وذكر التقرير الأميركي أن شركة SEE المصرية فازت بالمناقصة التي طرحتها الداخلية منذ عدة أشهر لتوريد أنظمة مراقبة وتحليل لمحتوى الانترنت، وتفوقت الشركة المصرية وشريكتها الأميركية على عدد من الشركات الأخرى الشهيرة في هذا المجال، من بينها شركة "جاما" البريطانية التي قامت بتوريد أنظمة شبيهة للداخلية في فترة حكم مبارك.

وقد أكدت بعض الصحف المصرية صحة هذه الصفقة، ففى تاريخ 17/9/2014 نشرت بعض الصحفأن وزارة الداخلية تعاقدت بالفعل مع شركة "مصر للنظم الهندسية" التي قيل أنها فازت بالمناقصة وهي شركة تابعة لشركة أمريكية تسمى Blue Coat متخصصة في تكنولوجيا المراقبة والتجسس.

6- فحص حزم البيانات عبرIP: ومن خلال تكنولوجيا فحص حزم البيانات، يمكن بسهولة فحص أي حسابات أو معلومات معلنة أو سرية من خلال التعرف على رقم الحاسوب "ip"، فبمجرد فتح الجهاز وتوصيله بالانترنت يتم ترقبه بسهولة، يتمكن المراقب من متابعة ما يقوم به العميل، على الانترنت أو الملفات الداخلية، ومن ثم اختراق كل الحسابات والمعلومات.

7- برمجيات التجسس: بات برنامج FinFisher معروفًا لدى الأغلبية عندما اكتشف المتظاهرون المصريون عرضا لشرائه من قبول الحكومة المصرية من بين الوثائق التي عثر عليها عند دخولهم لمقر أمن الدولة، إبان ثورة 25 يناير.

1-buzzfeed (sept 2014)egypt begins surveillance of facebook, twitter, and skype on unprecedented scale. Online: http://www.buzzfeed.com/sheerafrenkel/egypt-begins-surveillance-of-facebook-twitter-and-skype-on-u#3hc4u3r

والبرنامج يقوم بتسجيل الدردشات، وتسجيل ضربات لوحة المفاتيح، وجلب ما يحتويه الجهاز المصاب من ملفات، والمقدرة على إخفاء نفسه من أكثر من 40 برنامجا مضاد للفيروسات.

وذكرت مجلة PCMAG، في تقريرها عن هذا البرنامج، بأنه يستطيع تسجيل جميع ضغطات لوحة المفاتيح، مراقبة مكالمات الـSKYBE وبرامج المحادثة ومكالمات الـVOIP، وجلب جميع ما يحتويه جهاز الحاسب الآلي.

كما استخدمت الحكومة المصرية فى النظام الأسبق أيضا برنامج الرقابة "- RCS Remote Control System"، الذي تطوره شركة "Hacking Italy"، وهو برنامج تجسس معقد مصمم خصيصًا من الشركة للاستخدامات الحكومية، ومن خلاله تستطيع الحكومات التحكم عن بعد في الحواسيب المستهدفة والتجسس على كل محتواها[(1)].

العامل الرابع: الشائعات فى الفضاء الإفتراضي:

من العوامل المؤثر على الرأى العام الإلكتروني والتى تسهم بشكل كبير فى تضليله عمليات صناعة الكذب عبر الشبكات الاجتماعية ونشر الصور المفبركة والفيديوهات المجتزئة التى تعتمد على أنصاف الحقائق وكذلك الشائعات المغرضة بهدف إثارة الرأى العام الإلكتروني وتغييبه[(2)].

وتظهر الشائعات على الشبكات الاجتماعية في صور متعددة، كالتوقعات، والنكت، والثرثرة التفاعلية المتبادلة بين المستخدمين، والغمز، واللمز، والإسقاط، وإدعاء الكوارث والأزمات الأمنية، وارتفاع الأسعار، والخوض فى تدهور العلاقات السياسية أو الاقتصادية، كما تمس الشائعات أشخاص أو جماعات أو منظمات [(3)].

1- تم الإسترشاد بتقرير رصد المصرية (مايو 2015) بعنوان: 7طرق تراقب بها مصر الانترنت، متاح على: Http://www.rassd.com/143703.htm

2-yang, sijia. (2013) "processes of online political discussions and public opinion(s) formation/expression: a three-stage model based upon emergent social identities" paper presented at the annual meeting of the international communication association, london, england, p10.

3-valerie barker, david m. Dozier &others **(**2013) facebook “friends”: effects of social networking site intensity, social capital affinity, and flow on reported knowledge-gain , vol 2, no 2 , journal of social media in society , pp 8-9.

وتمتاز الشائعة الإلكترونية بالشبكات الاجتماعية بعدة سمات وهى[1]:

- سرعة الانتشار والنقل والتداول.

- ميل المستخدمين لتصديقها وترديدها دون تحقق نظرا لان الشبكات الاجتماعية أصبحت مصادر للأخبار واسعة الانتشار والاستخدام.

- الأهمية والغموض.

- سهلة التذكر.

- إتخاذها أكثر من شكل فى التداول قد يكون عبر صورة أو فيديو أو تعليق مكتوب أو نكتة ساخرة.

وتوجد عدة دوافع وأهداف للشائعة، يمكن تحديدها في الآتي[2]:

1- بث الفرقة والتفتيت ونشر الكراهية بين المستخدمين.

2- قياس الرأى العام الإلكتروني: حيث تلجأ بعض الجهات كالحكومات لنشر الشائعات الإلكترونية كبالون أختبار لقياس اتجاهات الرأى العام الإلكتروني نحوها قبل اتخاذ قرارات معينة، أو للتمهيد لإتخاذها بشكل فعلى.

3- تحطيم مصداقية المستخدمين: نحو مصادر إخبارية معينة قد تكون صفحات أو مدونات أو مواقع معينة ومن ثم سحب ثقة المستخدمين عنها.

4- التمويه والإلهاء: قد تنشر الشائعات الإلكترونية بهدف إلهاء المستخدمين عن تمرير بعض القرارات.

1- garrett, r. Kelly.(2010) "the troubling consequences of online election rumoring" paper presented at the annual meeting of the international communication association, suntec singapore international convention & exhibition centre, suntec city, singapore,p15-16.

2- Bae, soo young. (2014) "rumor chambers online? Examining the resonance of unverified information in online social networks" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington,pp18-19.

5- تشويه الصور والمراكز الشخصية: قد تستخدم الشائعات بهدف زعزعة الثقة فى بعض الشخصيات العامة وتشويه صورتهم الذهنية، ويكون المشاع عن هؤلاء ذات علاقة بالجوانب الاخلاقية والقيم الدينية.

6- حشد معجبين بالصفحة التى تنشر الشائعات أو الغرائب: وهو من الاساليب الغير ناجحة لان المستخدم الواعى قد يتحرى الدقة فى الأخبار والشائعات المنشورة ويكتشف زيفها فتفقد الشبكة مستخدم وقد يدعو المستخدم غيره بعدم الإعجاب بها.

وتصنع الشائعات وتنتشر عبر الشبكات الاجتماعية وفقا للإمكانيات التكنولوجية التى توفرها هذه الشبكات لمستخدميها فمن خلال التلاعب فى الصور ومقاطع فيديو التى يتم تداولها يمكن ترويج الشائعة، كما يمكن نشرها من خلال التعليقات أو إبداء الاعجاب أو المشاركة وإعادة التغريد[1].

ومن أهم أساليب نشر الشائعات الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية[2]:

أ- الأسلوب الساخر: عن طريق إطلاق النكت الساخرة،التى يتشاركها المستخدمون ويعلقون عليها، مثل شائعة غلاء سعر تذكرة المترو إبان ثورة 30 يونيو وما تبع ذلك من نكات ساخرة على مختلف صفحات التواصل الاجتماعى.

ب- بالأسلوب التكراري: يتم تكرار نفس الشائعة بين حين وآخر، مثل تكرار شائعة وفاه الرئيس مبارك إبان ثورة 25 يناير أكثر من مرة عبر مختلف صفحات التواصل الاجتماعى.

ج- الأسلوب الديني: وهو خطر جدا، اذ ينفذ الى المستخدمين عبر عقائدهم، من خلال ربط الشائعة بالدين.

د- الأسلوب الاستعطافي: من خلال ربط الشائعة بالجوانب الوجدانية للمستخدم.

1-kwon, kyounghee., stefanone, michael., barnett, george. And tutzauer, frank. (2015) "profiling influentials in web 2.0: an cyber-behavioral experiment comparing between self-designated and observation-based measure of opinion leadership" paper presented at the annual meeting of the international communication association, boston,p3.

2- ميثة القريني، هاجر المقبالي، ليلى سعيد الكعبي (2014) وسائل الإعلام الجديدة وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني دراسة استطلاعية للأنماط وعوامل الانتشار، **المؤتمرالدولي الثاني الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصرالتحديات والفرص**، 25 – 26 نوفمبر 2014، جامعة جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر، ص 12، 14.

هــ - أسلوب الشعارات: وهو عبارة عن كلمات أو جمل بسيطة، تنتشر فى الفضاء الافتراضى ويرددها المستخدمون دون التحقق من صحتها.

و- الأسلوب الاختباري: ويقوم على نشر شائعة ما بهدف استطلاع وتحليل الرأي العام حول موضوع ما.

ز- الأسلوب الابتكاري: وهو افتعال خبر، أو كذبة ليس لها أساس من الصحة لتحقيق هدف ما فى نفس المبتكر (صانع القرار).

ح- الأسلوب الكاريكاتوري: وهو أسلوب علمي،أصبح سائغا وشائعا وله رواجه عبر الشبكات الاجتماعية، ويعتبر الكاريكاتور وسيلة مختصرة،عميقة الدلالة والأثر.

ط- الأسلوب الاثباتي: يعني اثبات الشائعة من خلال قوة طرحها والتأكيد على أصلها بذكر مصادر ملفقة أو أرقام وإحصاءات وهمية.

ي- الاسلوب الاسقاطى: بمعنى التلميح على شخصية ما أو منظمة ما وشن شائعات من خلال أسلوب التورية دون التصريح.

والشائعات فى المجتمع الافتراضي لاتختلف أنواعها عن الشائعات فى المجتمع الواقعي، ويمكن إيجاز أنواع الشائعات الافتراضية فيما يلي[*]:

أ- شائعات الأمل أو الأمانى والأحلام: تعبر هذهالشائعات عن رغبات وآمال أولئك الذين تروج الشائعة بينهم وهى تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وآمالاً فيهاوهى عبارة عن تنفيس لهذهالحاجات والآمال والرغبات .

ب- شائعات اليأس والخوف: هذه الشائعات عكس شائعات الأمل لأنها تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهى تنتشر فى وقت خوف الناس فالإنسان فى حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لاأساس لها من الصحة، وهو مستعد لأن يفسر الحوادث العادية تفسيرات

---

* - تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
- Andrew m. Eig (2012) group and the myth of cyberspace, social media and group psychotherapy,vol. 36, no. 3, (fall 2012), pp. 197-198.
- عاطف العبد (2008) الرأى العام وطرق قياسه، دار الفكر العربى، القاهرة، ص ص 81، 82.

خاطئة يمليها عليه الخوف والوهم، كذلك فهو مستعد لأن يصدق كل مايقال وله مساس بموضوع خوفه وقلقه، وتنتشر هذه الشائعات فى أوقات الأزمات والحروب.

ج- شائعات الكراهية وتحويل الولاء: وهى تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التى تجيش بها نفوس بعض الناس، وينتشر هذا النوع بين الأحزاب المتعارضة دائماً.

العامل الخامس: الحروب الافتراضية (الجيل الخامس للحروب):

تطورت الحروب من استخدام القوة الجسدية والأسلحة البدائية **(الجيل الأول)**، وقوة النيران والأسلحة الأكثر تطورا **(الجيل الثانى)**، والحروب الخداعية والنفسية بما فيها الحروب بالوكالة **(الجيل الثالث)**، ثم إلى حروب الجيل الرابع والتى تفترض اتخاذ أشكال غير تقليدية من فاعلين من غير الدول (منظمات وحركات إرهابية) لإحداث فوضى داخلية، حتى ظهر الجيل الخامس للحروب والذى تعدى الحروب البرية والحروب البحرية والحروب الجوية و الحروب النفسية ليصبح نوعا جديدا من الحروب يعتمد على تكنيكات حرب اللاعنف Nonviolence war ويسمى بالحروب المعلوماتية الافتراضية عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية والمواقع المختلفة[1].

فمع الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات فتحت جبهة جديدة لمثل هذا النوع من الحروب غير المرئية، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول التي تنبهت لخطورة الحرب غير المرئية على أمنها القومي[2].

ويبدو هذا جلياً في كلمات الرئيس الأمريكي باراك أوباما في إحدى خطبه بمايو 2009، حيث قال: "إن الرخاء الاقتصادي للولايات المتحدة في القرن الحادي والعشرين بات مرتبطاً بالأمن الإلكتروني للبلاد"، وبذلك كان أوباما أول رئيس أمريكي يكرس خطبة كاملة للأمن الإلكتروني، أشار فيها أيضاً إلى أهمية الشبكة الإلكترونية التي تعتمد عليها مجالات

1-sekiya, yoji. And goemans, hein.(2008) "how information causes war and peace" paper presented at the annual meeting of the isa's 49th annual convention, bridging multiple divides, san francisco,p3.

2-szpunar, piotr.(2014) "prislam reconsidered or, the american-ness of jihad: race, mass incarceration, and informants in the war on terror" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, seattle, washington,p10.

اقتصادية عدة وحساسة من توريد النفط والغاز والتيار الكهربائي والماء إلى تنظيم الرحلات الجوية مروراً بوسائل النقل العام، وبسبب أهمية هذه الشبكة بالنسبة لمجالات الحياة المختلفة دعا أوباما إلى بذل جهود كبيرة لحمايتها: "في عالم اليوم لم يعد شن العمليات الإرهابية يعتمد على تفجير الأحزمة الناسفة، بل يمكن للإرهابيين كذلك شن هجمات كبيرة من خلال الضغط على بعض مفاتيح الكومبيوتر، ما يجعلها سلاحاً للدمار الشامل"[1].

وبعد عام من خطاب أوباما تولى الجنرال كيث ألكسندر، رئيس هيئة الأمن القومي، القيادة العسكرية للأمن الإلكتروني التي أنشأت حديثاً والذى أكد فى احدى خطبه "إن رخاء أمريكا وقوتها يجعلها هدفاً لهجمات الحرب الافتراضية"، وأشار إلى أن ذلك يشكل خطراً كبيراً على الجيش الأمريكي، لأنه يعتمد في عملياته بشكل أساسي على الشبكات الإلكترونية في القيادة والاتصالات والعمليات الاستخبارية واللوجستية[2].

كما قدم السيناتور الأمريكي المستقل جو ليبرمان، مسودة قانون ينص على اعتبار شبكة الانترنت ثروة قومية للولايات المتحدة الأمريكية. ويقترح ليبرمان في مسودته أن يكون للرئيس الأمريكي الحق في إيقاف عمل الشبكة العنكبوتية في حالة وجود أزمة تمس الأمن القومي[3].

ولم يكتف هذا الجيل من الحروب على تسخير الإعلام التقليدي والحروب النفسية بل يمتد ليشمل استخدام وسائل الاعلام الجديد والشبكات الاجتماعية فى شن الهجمات الإلكترونية[4].

1-gendlin, gerry. (2013)"just war and cyber war" paper presented at the annual meeting of the sssa annual meeting, new orleans, louisiana,p7.

2-Myria georgiou (2013) diaspora in the digital era: minorities and media representation , journal on ethnopolitics and minority issues in europe , vol 12, no 4, pp 80 -85.

3-Hallgarth, matthew. And justice, jeff.(2014) "just war theory and cyber war: a few troubling implications" paper presented at the annual meeting of the sssa annual meeting, riverwalk, san antonio, texas,p6.

4-Kim, kyungmo., baek, young min. And kim, narae.(2014) "online news diffusion dynamics and public opinion formation: a case study of ‘controversy over judge’s personal opinion expression on sns’ in korea" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference,washington, p5.

ويستهدف هذا الجيل الجديد من الحروب احتلال العقول لا احتلال الأرض، لان احتلال العقل كفيل بتحقيق اهداف الخصم كلها، فالمستهدف فيها سيقوم بمحاربة نفسه وأبناء وطنه بالوكالة[1].

وهى حروب غير أخلاقية لا تعترف بالقيم ولا تخضع لقوانين وإنما تهدف إلى هدم وتخريب مقدرات الشعوب، وتقتحم عقول الشباب وأنصاف المتعلمين، وتهدم القيم والثوابت والمعتقدات، وتحدث الفوضى التي يتمناها الخصم، دون أن يطلق رصاصة، أو يـــُعطب له ترس من ترسانته الحربية أو يُقتل لها جندي واحد. فلم يعد للدول والجماعات المعادية في حاجة إلى أسلحة ووسائل تدميرية مكلفة لغزو خصومها، بقدر ما تحتاج إلى محترفي الهجمات الإلكترونية [2].

وتتفوق الجماعات الارهابية فى شن الهجمات الإلكترونية وتعكير صفو الرأى العام الإلكتروني، والذى تستهدف إحداث نوع من الهزيمة النفسية وتكسير الارادة ودغدغة المشاعر[3].

فعلى سبيل المثال يستخدم تنظيم داعش وسائل الاعلام الاجتماعية لنشر أفكارها ولتهديد أعدائها وذلك بنقل التفاصيل الدموية لذبح وحرق الأسرى، وتعززت السمعة الوحشية لقوتها العسكرية عن طريق وسائل الإعلام الجديد، والتي من خلالها تمكنت من إضعاف مقاومة أعدائها، بل وقاد البعض منها إلى الفرار من المعركة، وفيما بعد قامت بتوجيه نداءات على صفحاتها علي تويتر والفيسبوك للمستهدفين من الشباب من كلا الجنسين لجذب مجندين والتماس التمويل على الانترنت فضلا عن التهديدات للأعداء الحاليين والمحتملين.

وقد عمدت داعش على استخدام الانترنت والشبكات الاجتماعية فى التأثير على الرأى العام الإلكتروني، وتخويف وإرهاب المستخدمون من خلال نشر فيديوهات عن طرق القتل المتنوعة التى تتبعها داعش مثل فيديو حرق معاذ الكساسبة وذبح الاقباط المصريين والفيديوهات الاخرى التى يتنوع فيها القتل بين حرق وغرق وتفخيخ وذبح.

1-Vincent, c. (2010). New media in the public sphere: public sphere formation in spaces of conflict. Paper presented at the national communication association honors doctoral seminar. Salt lake city,p4.

2-Vincent, c. (2015). Redefining reflexivity in the digital age: the new cultural complexity of reflexivity. Paper to be presented at the international communication association conference. San juan, puerto rico ,p6.

3-Yonghwan kim (2011) the contribution of social network sites to exposure to political difference: the relationships among snss, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives , computers in human behavior ,vol 27 pp 975-976.

كما تؤثر الحروب الافتراضية على الرأى العام الإلكتروني لانها فى المرتبة الاولى تهتم بنشر الشائعات والترويج للأكاذيب ونشر الصور والفيدويهات المفبركة عبر الشبكات الاجتماعية بهدف إرباك الوضع الأمني لأي دولة ما وتأليب الرأي العام الإلكتروني[1].

وتنقسم الحرب الافتراضية إلى أربعة أقسام[2]:

1- الحرب الاستخبارية والتجسس الإلكتروني والقرصنة المعلوماتية (مثل تسريبات ويكيليكس التى تعتمد على القرصنة الإلكترونية والتجسس على الحكومات).

2- حرب العمليات النفسية (مثل فيديوهات القتل التى تنشرها داعش عبر الشبكات الاجتماعية).

3- حرب المعلومات الاقتصادية (مثل ما قامت به روسيا فى شل اقتصاد استوانيا في عام 2007، وحكومة جورجيا ومصارفها الرئيسية في عام 2008.)

4- الغزو الثقافى الافتراضي (مثل المواقع الاباحية الموجهة من الغرب).

وتمثل الحروب الافتراضية صراعا على إمتلاك المعلومات والسيطرة عليها، ويحدث هذا الصراع على أربعة مستويات[3]:

1- الصراع الفكري للخصم: ويشمل الآليات النفسية والإعلامية المؤثرة في عقل الخصم، سواء كان الخصم قائدًا عسكريًّا أو مجتمعًا بأكمله، وهذا المستوى يثير بلبلة الرأى العام الإلكتروني ويحطم المعنويات وينشر حالة من الاحباط.

2- الهجوم والسيطرة المعلوماتية: ويشمل هذا المستوى السيطرة على شؤون الصراع المادي ومختلف مصادر المعلومات، من خلال التشويش أو نشر الفيروسات.

1-kevin deluca & jennifer peeples (2008) from public sphere to public screen: democracy, activism, and the "violence" of seattle , critical studies in media communication , Vol. 19, no. 2,,p 125.

2-milan, stefania. And hintz, arne. (2015) "dynamics of cyberactivism: organizations, action repertoires, and the policy arena" paper presented at the annual meeting of the international communication association, phoenix, p21.

3- محمد الراجي (2015) الحرب الإلكترونية لعاصفة الحزم وصراع القيم والرموز، متاح على:
http://studies.aljazeera.net/mediastudies/2015/05/201551282153171330.htm

3- التجسس المعلوماتى: ويشمل عمليات القرصنة والسرقات المعلوماتية والاختراق المعلوماتى ونشر المعلومات السرية (مثل وثائق وكيليكس).

4- الدفاع عن التدفق المعلوماتي: ويشمل التصدي للهجوم على أي بناء معلوماتي عسكري أو مدني بما في ذلك مواجهة الدخلاء والمتطفلين، والتدمير المادي للأبنية المعلوماتية والخداع والعمليات النفسية.

العامل السادس القرصنة السياسية الافتراضية:

تتكون كلمة النشاط القرصنى السياسي"Hacktivism" من خليط بين الكلمتين (Hacking) و(Activism) أي (قرصنة)، و(نشاط أو عمل سياسي) وتشير إلى أعمال القرصنة الإلكترونية التي تأتي في إطار تحقيق هدف سياسي، أو لفت الأنظار إلى قضية اجتماعية أواقتصادية معينة.

ومن أشهر مجموعات القرصنة السياسية المعروفة أنونيموس Anonymous أو المجهولون، وهى مجموعة قرصنة دولية لها تواجد فى معظم دول العالم وأساسها فى أمريكا وأنجلترا.

ومن أهم خصائص هذه المجموعة ما يلي[1]:

2- أنها كيان عابر للقارات: فعلى الرغم من أنها تكونت بشكل أساسي في الولايات المتحدة وبريطانيا، فإنها لم تنحسر بهما. حيث إن ظروف ومكان ظهورها - الشبكة الدولية للمعلومات - جعلاها فكرة قابلة للتطبيق ومنتشرة في كل الأقطار المتصلة بالشبكة العنكبوتية. إذ يكفي أن يبحث الشخص عن كلمة "Anonymous" على موقع الفيسبوك حتي يكتشف الكثير من الصفحات التي ترتبط فيها هذه الكلمة باسم بلد، كأنونيموس فرنسا، وانجلترا، وهندوراس، والبرازيل، والتبت، ومصر (التي يوجد بها نحو أربع صفحات ناشطة) وغيرها وعلى سبيل المثال قامت مجموعة من "المجهولين المصريين" بتنفيذ "العملية نتنياهو" بالهجوم على موقع رئيس الوزراء الإسرائيلي، بنيامين نتنياهو، انتقاما لمقتل جنود مصريين على الحدود عام 2011، وتم بالفعل تعطيل الموقع، بالإضافة إلى مواقع إسرائيلية أخرى.

1- أحمد أبو طالب (2012) أنونيمس: القرصنة السياسية عبر الفضاء الإلكتروني، مجلة السياسة الدولية، العدد 187، يناير 2012، ص ص 108- 110.

2- التنوع الثقافي والمعرفي: فهذه المجموعة لا تتكون حصريا من مجموعة من محترفي القرصنة، أو ما يعرف بـ "الهاكرز"، ولكنها تضم في صفوفها مجموعات لديها مهارات الكتابة، وأخرى قادرة على صناعة مقاطع الفيديو، وأخرى ناشطة في الشارع، وأخرى قد لا تكون لديها أي من هذه المهارات، ولكنها تساعد في نشر المعلومات والرسائل واستنساخها، خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، هذه التركيبة تشير إلى طبيعة "أنونيموس" غير المتجانسة معرفيا وثقافيا، وهو ما يجعلها غنية بالأفكار والمبادرات، ولكن كثيرا ما تكون في الوقت نفسه متناقضة المعايير والاتجاهات. ولكن ينبغي توضيح أنه رغم غياب القيادة، فإن العمليات الناجحة المؤثرة غالبا ما تسلك منهجا معينا يبدأ بطرح الأفكار ومناقشتها في غرفتي الدردشة الخاصتين بموقعي "Anonet" و"Anonops".

3- مجموعة لا مركزية: وليست لها قائد أو زعيم.

4- لها قدرات تقنية عالية: حيث لديها العلم والأدوات والتطبيقات التى تساعدها على القيام بعمليات قرصنة محترفة، كتسريب المعلومات، وسرقة البيانات، والتي تعد أكثر تعقيدا من تعطيل أو إسقاط موقع.

5- قدرته على الحشد والتعبئة والتأثير على الرأى العام الواقعي والإلكتروني: مستخدما أساليب تعبئة شعبية كالموسيقي ومقاطع الفيديو، والهاشتاج، والصفحات والمجموعات عبر مواقع التواصل، والرموز، والاقنعة، والأعلام، والبيانات المطبوعة، ورسوم الجرافيتي في الشوارع، وغيرها من أدوات الحشد التى يطورها المتحمسون للفكرة.

أهم عمليات القرصنة التى قامت بها أنونيموس للتأثير على الرأى العام الإلكتروني(*):

1- في نوفمبر 2011، بثت Anonymous فيديوهات - على موقع يوتيوب وبعض الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك وتويتر- كشفت فيها عن عملية إسقاط المواقع التابعة لجماعة الإخوان المسلمين في مصر، وتعطيل موقع اخوان أون لاين، ووفقا لمقاطع الفيديو، فإن الدوافع الأساسية وراء هذه الفعلة هي ما وصفته المجموعة بالتهديد الذي تشكله الجماعة على الثورة المصرية التي ضحى من أجلها المصريون بأرواحهم، وكذلك على مصالح دول أخرى كالولايات المتحدة، كما كشفت الفيديوهات عما تقوم به الجماعة من أجل الوصول إلى السلطة في أرجاء الوطن العربي، فضلا عن أساليبها ونظم عملها التي تشبه إلى حد كبير أساليب العمل السرية للماسونية وكنيسة السينتولوجي.

2- وأيضا فى نوفمبر 2011 شنت المجموعة عملية بعنوان "عملية الفيسبوك" التي هددت بإسقاط أشهر شبكات التواصل الاجتماعي على الإطلاق، بدأ الاعلان عن الحملة فى أغسطس 2011 من أجل الانتقام من الشبكة التي، وفقا لهم، تتعدي على خصوصية الأفراد، وتبيع معلومات عن نشطاء لشركات أمنية خاصة تعاقدت مع النظام المصري القديم التابع للرئيس الاسبق مبارك، ومتعاقدة مع النظام السوري التابع للرئيس بشار، مما آل بهؤلاء النشطاء إلى المعتقلات.

3- قامت أيضا بعدة عمليات ضد مواقع وصفحات الهيئات الحكومية والوزارات المصرية في أثناء ثورة 25 من يناير، ردا على قمع قوات الأمن للمتظاهرين، وانتقاما لقطع الانترنت والاتصالات عن المصريين، وهو ما أطلق عليه اسم (Operation Egypt) أو "العملية مصر"، والتي تعاونوا فيها مع مجموعة "تيليكوميكس" لتوفير طرق غير تقليدية تمكن المصريين من الاتصال بالانترنت بعد قطع الخدمة عنهم.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Fitzgerald, sarah. And holt, thomas (2012) .anonymous assessment: evaluation of anonymous' online media "paper presented at the annual meeting of the asc annual meeting, chicago, p18.

- أحمد أبو طالب (2012)، مرجع سابق، ص ص 110 -111.

4- في عام 2008، قامت بأشهر حملاتهم ضد كنيسة السينتولوجي في الولايات المتحدة، وادعت أنها انتقام لما سموه بالرقابة وقمع حرية التعبير الذي يمارسه كهنة هذه الكنيسة على أعضائها السابقين، ومنعهم من الحديث عن طقوس هذا الدين، فضلا عن انتهاكاتها لحقوق الإنسان. وقد قاموا بعدة حملات لسرقة بيانات أعضاء الكنيسة وكشفها وتسريب فيديوهات لطقوس سرية، والهجوم على خطوط تليفونها، وكذلك إغراقها بالتهديدات والأفعال التخريبية. وقد أثرت هذه الحملة على الرأى العام الإلكتروني والذى أنقسم الى قسمين القسم الاول مؤيد للحملة والثانى معارض لها وينتقدها، وقد احتدمت النقاشات على الشبكات وعبر رسائل فيديو مصورة عن جدوي الاستمرار في هذا الهجوم، إلى أن قام أحد أبرز الناشطين ضد الكنيسة - يدعي "مارك بنكر"- بتوجيه رسالة فيديو مفتوحة إلى "المجهولين" على موقع "يوتيوب"، ودعاهم إلى الكف عن الأعمال الطفولية، والقيام بحملة أكثر جدية، وذات بعد سياسي وقانوني شرعي، حينها بدأت الحملة تأخذ منحي آخر، ألا وهو تنظيم وقفات احتجاجية أمام كنائس السينتولوجي، وتنظيم مسيرات استقطبت بدورها ناشطين في مجالات حقوق الإنسان والحريات.

العامل السابع: التسريبات الاعلامية الإلكترونية:

تعتبر التسريبات الإلكترونية المنشرة عبر مواقع الانترنت والشبكات الاجتماعية من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأى العام الاكترونى نظرا لإرتباط هذه التسريبات بعنصر الغرابة والمفاجأة والسرية، وإذاعة ونشر هذه التسريبات يخلق حالة من الإثارة والبلبلة، وقد تصدق أوتخفق مثل هذه التسريبات، وغالبا ما تصنع التسريبات حالة من الجدل الواسع فى الفضاءات الافتراضية ويثار حولها النقاش فى التعليقات والآراء المنشورة، وهى تعمل على زيادة حد الاستقطاب فى الرأى وتقسيم وتفتيت الرأى لمؤيد ومعارض، لواثق في صحتها ولمكذب لها[1].

ومن أشهر المواقع فى هذا الصدد موقع ويكيليكس، والذى نشر العديد من التسريبات عن مختلف الأنظمة السياسية بالعالم، ويهتم هذا الموقع بفضح الممارسات الغير ديمقراطية سواء فى النظم الفاشية او النظم الديمقراطية ايضا.

1-Arne Hintz (2012) Challenges To Freedom Of Expression In The Digital World: Lessons From Wikileaks And The Arab Spring ,Journal For Communication Studies, Vol. 5, No. 1(9) P94.

العامل الثامن: اللجان الإلكترونية (جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية)

يرتبط ظهور مفهوم اللجان الإلكترونية أو جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية Lobbying via social media بالمجال التسويقي.

حيث تم إستقاء المفهوم من دراسات التسويق وتحديدا من مفهوم Grassroots marketing التسويق القاعدي المتنامي، او ما يعرف بتسويق العصابات Guerilla marketing فهو يبدأ من قاعدة شعبية محدودة ثم يتنامى بمرور الوقت، وهو تكنيك تعتمد عليه الشركات الصغيرة أو ذات الميزانية المحدودة، حيث تلجأ الشركة الى صياغة رسائلها التسويقية وتوجيهها الى شريحة معينة من المهتمين والمستهدفين بعناية، ثم تقوم هذه الشريحة بنشر الرسالة الى غيرها من الشرائح الآخرى وهكذا يتصاعد التأثير التسويقي بمرور الوقت(*).

وقد تبنت بعض الشركات التجارية أسلوب اللجان الإلكترونية كوسيلة لترويج الشائعات ضد المنافسين، ولا سيما في مجال الأدوية، حيث استخدمت بعض شركات الأدوية فى عام 2006 شبكة الانترنت والمنتديات فى نشر الشائعات عن المنافسين بأن العقاقير تحتوي على مواد خطرة ومسرطنة.

كما استخدمت الشركات التجارية اللجان الإلكترونية بهدف إيهام الناس بأن منتجاتها تحقق مبيعات كبيرة وأن الجمهور يطلبها بشكل مستمر بهدف الترويج للسلعة وزيادة حصتها التسويقية.

وفي عام 2008 و2009 أنتقل مفهوم اللجان الإلكترونية الى المجال السياسي، وبعد ثورات الربيع العربي ظهر بقوة دور اللجان الإلكترونية فى الشبكات الاجتماعية، وهي تعتبر من العوامل المؤثرة فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني.

ويمكن تعريف اللجان الإلكترونية بأنها تجنيد مجموعة من الأشخاص عبر شبكات التواصل الاجتماعي لتشكيل تنظيم يعمل بشكل منهجي لنقل الأفكار والمعلومات للآخرين

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- Ekrem Bigat (2012) Guerrilla advertisement and marketing , Social and Behavioral Sciences , vol.51 ,p. 1022.
- Guido Baltes Isabell Leibing, (2008),"Guerrilla marketing for information services?", New Library World, Vol.109 ,Iss 1/2 ,p. 48.

بهدف التأثير على اعتقادتهم وإيهامهم بأن الرأي العام الإلكتروني يدعم فكرة محددة أو يتجه في اتجاه معين، مستعنين بنظرية "القطيع" في توجيه أفكار الناس وتغييرها أو إرباك وجهة النظر المعارضة، وهى أيضا مجموعات تشكلها الفرق السياسية المختلفة لمتابعة ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي والقيام بالدعاية لقوى سياسية معينة وتشويه قوى وشخصيات أخرى على صفحات الشبكات الاجتماعية[1]. وتستخدم اللجان الإلكترونية الحسابات الوهمية والغير مفعلة والمكررة وذلك لزيادة عدد أرقام المعجبين ولنشر تعليقات فى اتجاه معين ولتوجيه الرأى العام الإلكتروني نحو الإهتمام بحدث ما أو قضية معينة[2].

وقد طور بعض القراصنة برامج تساهم فى تسهيل عمل اللجان الإلكترونية مثل بعض البرامج التى تستخدم لعمل شكاوى (report) متتالية لإغلاق صفحات الفيس بوك مثل برنامج Face Report، كما يوجد برامج آخرى لنشر رسائل موجهة لعدد ضخم من الحسابات على الفيسبوك مثل برنامج So social.

العامل التاسع: الاتجاهات التعصبية والأيدولوجية للمستخدم:

ويتأثر الرأى العام الإلكتروني بالإتجاهات التعصبية للفرد حيث يميل الأفراد الى مراقبة المشهد السياسي الراهن عبر الشبكات الاجتماعية من خلال التعرف على آراء صفحات أصدقائهم ممن لديهم وعي سياسي ويتشاركون نفس الاهتمامات والمعتقدات السياسية، فالمستخدم الذى يتبنى توجه ايدولوجي مسبق يعبر عنه فى الفضاء الإلكتروني للشبكات الاجتماعية بما يتسق مع توجهاته السياسية والايدولوجية، ويبحث عن المتشابهين معه[3].

1- Anke Tresch & Manuel Fischer (2014) In search of political influence: Outside lobbying behavior and media coverage of social movements, interest groups and political parties in six Western European countries , International Political Science Review ,vol 35 , iss 1 , p 2
2- Luis Ramiro & Laura Morales (2014) Examining the 'demand' side of the market for political activism: Party and civil society grassroots activists in Spain , Party Politics , vol 20 , iss 4 , p507.
3- إيمان حسني (2012) إلتماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإتجاهات التعصبية لدى الشباب المصرى الجامعي دراسة فى ضوء مداخل التماس المعلومات والتوازن والتصنيف المعرفي، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 – 25 أبريل 2012، ص 140.

العامل العاشر: تأثير رأس المال الإجتماعي Social capital (الواقعي والإلكتروني) على المستخدم:

يتأثر الرأى العام الإلكتروني أيضا بالجماعات المرجعية Reference Groups للمستخدم ومحيط معارفه وأصدقائه وجيرانه وأقاربه، حيث تعتبر الجماعة المرجعية مجموعة من الأشخاص تربطهم معاً أهداف واتجاهات مشتركة، ويحاولون اتخاذ قرارات تدعم القيم التي يفضلونها وذلك بشتى الوسائل(1).

ويصبح المستخدم الذي ينتمي لها جزءاً منها بأفكارها ويحاول الانسجام معها، وتعطيه التقدير لذاته لأنه يسعى دائماً لمقارنة نفسه بأفرادها، ويصبح رأيه- وإن كان فردياً- إلاّ أنه في واقعه رأياً جماعياً يعبر عن رأي الجماعة التي ينتسب إليها، أو هي جماعة يرجع إليها المستخدم في تقويم سلوكه الاجتماعي، ويسعى لأن يربط نفسه بها، فهي موضع احترام واعتراف وموضع انتماء لديه(2).

ومع تطور العلوم الإجتماعية ظهر مفهوم رأس المال الإجتماعي Social capital، ويرجع أول استخدام لرأس المال الاجتماعي عام 1916 وذلك إلي Lj Hanifan والذي عرف المفهوم علي أنه قوة اجتماعية كامنة تكفي لتحسين ظروف المعيشة يستفيد منها أفراد الجماعة وتنشأ من التعاون بين أفراد الجماعة(3).

ويعرفه بردية 1984 علي أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتفاعل مع الرصيد الذي يملكه الفرد من رأس المال المادي، فهو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام، فالفرد عندما ينشئ شبكات اجتماعية أو ينضم إلي أحزاب وحركات سياسية فإن ذلك يزيد من مصالحه ومن رصيده من القوة والهيبة والتأثير على الآخرين.

1-Bendor, Jonathan., Diermeier, Daniel. and Ting, Michael. (2008) "Aspirations, Reference Groups, and Collective Action" Paper presented at the annual meeting of the MPSA Annual National Conference, Palmer House Hotel, Hilton, Chicago, USA, Apr 03, 2008 , p 4.
2- Leal, Gabriela., Hor-Meyll, Luis. and Pessoa, Luís Alexandre.(2012) "Virtual Communities as Reference Groups: a Participant Perspective" Paper presented at the annual meeting of the BALAS Annual Conference, Adolfo Ibanez University ,School of Business, Rio de Janeiro, Brazil, Mar 27, 2012 , p p 8-9.
3-Fielder, James. (2008) "Synthetic Democracy: Associations and Social Capital in Virtual Worlds" Paper presented at the annual meeting of the ISPP 31st Annual Scientific Meeting, Paris, France, Jul 09, 2008, p9.

ويؤكد كولمان 1988 أن رأس المال الاجتماعي ليس كصور رأس المال الأخرى فهو لا يوجد في الأشخاص ولا في الواقع المادي وإنما يوجد في العلاقات الاجتماعية بين الأفراد ويتشكل من الالتزامات والتوقعات فيما بين الأفراد وإمكان الحصول علي المعلومات والمنافع المختلفة[1].

أما بالنسبة لرأس المال الإلكتروني (عبر الشبكات الاجتماعية) فهو يتأسس بناءا علي شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة عبر الشبكات الإجتماعية، والفاصل الرئيسي بين رأس المال الإجتماعى الواقعي والإلكتروني هو مجال التفاعلات، فرأس المال الإلكتروني ينشأ نتيجة للتفاعلات والإنغماس الإلكتروني فى الانترنت عامة والشبكات الاجتماعية خاصة، حيث يستطيع المستخدم بناء شبكة علاقات كبيرة وفقا لنشاطه الإلكتروني وإنتشاره بين المستخدمين، فيصبح عنصرا مؤثرا فى المستخدمين الآخرين[2].

ويوجد ثلاثة عناصر رئيسية لرأس المال الإجتماعي الإلكتروني تمكن المستخدم من التفاعل مع الآخرين وهى[3]:

1- الارتباط المدني الافتراضي: ويقصد به التحولات التي تحدث من السياقات الواقعية إلي السياقات الافتراضية والعكس، وتشمل هذه التحولات التبادل المعلوماتي بين المستخدمين، والاتصالات فيما بينهم، والدعم الاجتماعي الذي يستفيد منه الأفراد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات الاجتماعية عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي يمكن من خلالها تحقيق منافع تتارجح هذه المنافع بين الواقع الافتراضي والمجتمع الواقعي.

2- لا جغرافية رأس المال الاجتماعي الافتراضي: وهذا العنصر يرتبط بطبيعة شبكة الانترنت التى جعلت العالم قرية صغيرة، فالمستخدم يستطيع ان يكون علاقات افتراضية مع مستخدمين آخرين من مناطق جغرافية بعيدة، ويستفيد من هذه العلاقات لدعم آرائه وزيادة خبراته.

3- تجانس الاهتمامات: فقوة رأس المال الاجتماعي الافتراضي مستمدة من العلاقات الاجتماعية التي تتم في رحاب الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية، والتي تقوم علي

1- أحمد زايد وآخرون (2006) رأس المال الاجتماعي لدي الشرائح المهنية من الطبقي الوسطي، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، كلية الآداب – جامعة القاهرة، ط 1، ص ص 5. 4.

2- Leal, Gabriela., Hor-Meyll, Luis. and Pessoa, Luís Alexandre.(2012) op.cit ,p p12-13.

3- وليد رشاد (2006) الجماعات المتشكلة في الفضاء العالمي بناؤها ومضامين تفاعلاتها الاجتماعية دراسة علي عينة من المتفاعلين عبر الشبكة الدولية للمعلوما ت، رسالة ماجستير غير منشوررة، جامعة عين شمس، القاهرة، ص92.

المصالح المتجانسة، والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة.

وتشير دراسة (wu, huan. 2009) الى ان الرأى الإلكتروني للمستخدم يتأثر برأس ماله الاجتماعى الإلكتروني، فقد يخشى الفرد من التعبير عن آرائه تجاه حدث ما خوفا من مضايقة المتابعون له، أو قد يتأثر رأى المستخدم بآراء المقربون له من الأصدقاء الناشطين إلكترونيا، او قد يتأسس رأى المستخدم بناءا على مسحه لآراء غيره ودراسة المواقف قبل الإفصاح عن رأيه كى يؤسس وجهة نظره على دلائل وحجج مختلفة[1].

ثانى عشر: الشبكات الاجتماعية والتعبئة الافتراضية للرأى العام:

أدى انحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي الى جعل الفضاء الإلكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلي واقعا حقيقيا خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الإلكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات، ومن ثم تترجمت دعوات الحشد والتعبئة من مجرد رأى عام ألكترونى الى حركات إحتجاجية بل وثورات أيضا[2].

ويمكن تعريف التعبئة الافتراضية Virtual mobilization بأنها الدعوة الإلكترونية للقيام بنشاط سياسي معين كالتظاهر على أرض الواقع، أو الدعوة للقيام بنشاط سياسي يتم عبر الواقع الافتراضى كالحملات والتظاهرات الإلكترونية[3].

ومن ثم أصبحت الشبكات الاجتماعية أداة هامة للتعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة، وأتاحت من لمستخدميها أن يعبروا عن آرائهم بشكل منتظم، وقد عملت على

1-Wu, Huan. (2009) "How Does A Virtual Community Influence Older Netizens' Social Capital?" Paper Presented At The Annual Meeting Of The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, Usa, Aug 05, 2009, p22-24.

2- أشرف جلال حسن محمد (أبريل 2012) دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية،دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر- تونس- ليبيا- سوريا- اليمن)، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" جامعة الملك سعود – الرياض،15- 16 أبريل 2012، ص3.

3- شيماء ذو الفقار (2011) دور وسائل الاعلام الاجتماعية فى التعبئة السياسية قبيل ثورة 25 يناير، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العد 3، يناير – يونيه 2011، ص 323.

اتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار السياسي وعملت على سد الفجوة بين المواطنين ومن يمثلونهم في المجالس النيابية .

وتعتبر هذه الشبكات مصدرا هاما من مصادر الكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما ا زد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة وإشباع دائرة التعبير عن الرأى العام، ويترتب على ذلك اختفاء ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأى السائد الناتجة عن تبني وسائل الإعلام التقليدية لها، واختفاء ظاهرة التزام الصمت والخوف من العزلة(1).

وفي هذا الإطار يمكن تقسيم المراحل التي يمر بها الحشد الافتراضي الثوري في التحرك من المجتمع الافتراضي إلي المجتمع الواقعي علي النحو التالي(*):

1- الدعوة إلي الثورة أو الاحتجاج: بدأت الدعوة إلي الثورة عبر موقع الفيس بوك، وتنبي هذه الدعوة مجموعة من النشطاء فيما يمكن تسميته بنخب المجتمع الشبكي. قام هؤلاء الأفراد بمحاولة بتشجيع المشتركين في القوائم المختلفة من الانضمام إلي أهداف الثورة بما يشكل دعم للدعوة إلي فاعلية الاحتجاج وانطلقت هذه الدعوات في ظل نجاح التجربة التونسية التي تشكلت أيضا عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. واعتبر ذلك عاملاً مشجعاً في محاولة التماس مع هذه التجربة، ومحاولة السير علي هداها في المجتمع المصري. وتشير التحليلات في هذا الإطار إلي أن المجال العام الافتراضي الذي تشكلت علي ساحته الثورة هو ليس مجالاً مغلقاً ولكنه مجال مفتوح لا يتعامل مع انساق اجتماعية مغلقة

1- طاهر حسن أبو زيد (سبتمبر 2012) دورالمواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية دراسة ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاقتصاد والعلوم الادراية جامعة الأزهر،غزة. ص 69.

*- تم الجروع فى هذه الجزئية الى:

- مبارك زوده (2012) دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية أنموذجا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر – باتنة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.ص ص 186 الى 191.

- وليد رشاد زكى (2011) من التعبئة الافتراضية الى الثورة، متاح على:

http://digital.ahram.org.eg/articaldetails.aspx?serial=478664&part=2

- Iskander, elizabeth (2011) connecting the national and the virtual: can facebook activismremain relevant after egypt's january 25 uprising? , International journal of communication,vol 5. Pp.1227-1230.

- Huang, shuling. (2007) "managing hybridity: how the online alternative media create public sphere in taiwan" paper presented at the annual meeting of the international communication association, san francisco, p2.

ولكنه يتعامل مع نسق اجتماعي مفتوح يتأثر بتجارب الآخرين، مع الأخذ في الاعتبار أن الثورة المصرية انطلقت استنادا إلي مرجعية المجتمع المصري.

2- التعبئة والحشد الافتراضي الداعم للثورة: إن واقع التظاهرات بشكل عام يعتمد بالدرجة الأولي علي القناعة بالأهداف والقدرة التنظيمية والقدرة علي الحشد، وخصوصا في الثورات التي تتشكل مرجعياتها علي القوة الشعبية. وتقاس قوة الحركات الاجتماعية بقدرتها علي تعبئة العديد من المطالبين بالحقوق بما يشكل مصدر ضغط والسعي نحو تحقيق الأهداف.

3- التحول من الحشد الافتراضي إلي الواقع: يتباين جمهور الحشد المتشكل عبر المجتمع الافتراضي إلي تنويعات منها النشطاء، وهم الأفراد الذين يقومون بتأسيس الصفحات والمجموعات وإرسال الدعوات إلي المجموعات الأخري المنتشرة علي الصعيد الشبكي. الجمهور المتفاعل: وهم الأفراد الذين يستقبلون هذه الدعوات ويرسلونها إلي أصدقائهم وربما يؤسسون المجموعات بناء علي قناعاتهم بأهداف النشطاء، مع ملاحظة أن فكرة القيادة في الحشود الافتراضية أو الزعامة مفتقدة حول دائرة الأفراد، حيث تدور في فلك الجماعات. وهناك جمهور من الحشد يمكن تسميته بالجمهور المتعاطف: وهذا النمط من المتفاعلين يكتفي باستقبال الدعوات فقط والاقتناع بأهدافها ولكن لا يتحرك نحو التحول من الحشد الافتراضي إلي الواقعي.

نماذج فعلية توضح دور الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية فى تحويل الرأى العام الإلكتروني لرأى عام واقعى بالحشد والتعبئة الإفتراضية:

1- نموذج ثورة صربيا: بدأت ثورة صربيا على الرئيس سلوبودان ميلوسيفيتش فى بدايات 1998 بشكل إفتراضى عبر المدونات كشبكات إجتماعية جديدة كانت تعتبر آنذاك ظاهرة حديثة فى الاعلام الإلكتروني عبر الويب، حيث ظهرت حركة إحتجاجية على ممارسات ميلوسيفيتش باسم "أوتبور" وتعنى بالعربية المقاومة وهى حركة شبابية تعتمد على طريقة الكفاح غيرالعنيف كاستراتيجية لها، وكانت هذه الحركة نشطة إفتراضيا وعرفها المستخدمون إلكترونيا، عبر المقالات التى عمد شبابها على نشرها بالمدونات السياسية، كما اتخذوا قبضة اليد شعارا لهم عبر هذه المدونات، وسرعان ما نجحت كتابات هذه الحركة فى حشد وتعبئة الصرب لإسقاط نظام بثورة فعلية أسهمت فى نهاية حكم ميلوسيفيتش في أكتوبر من عام 2000.

2- نموذج ثورة جورجيا: تمكنت ثورة الزهور عام 2003 من الإطاحة بنظام الرئيس الجورجي السابق إدوارد شيفردنادزه المدعوم من موسكو، وأوصلت ميخائيل ساكاشفيلي زعيم المعارضة الجورجية آنذاك، وقد بدأت هذه الثورة كرأى عام ألكترونى

غاضب تمكن من حشد وتعبئة الجمهور لإشعال فتيل الثورة بالشارع، ففى عام 2000 تكونت مجموعة صغيرة من الطلبة في جامعة تبيليسي الحكومية من أجل الاحتجاج على الرشوة السائدة في الجامعات الوطنية، وبدأوا فى تدشين مدونات سياسية ترصد الفساد وتتحدث عن حالاته وأوجهه المتعددة،كما تم استخدام المنتديات الإلكترونية للتنفيس عن همومهم، وظل الحراك الافتراضى لمدة 3 سنوات بين شريحة الطلاب الجامعيين ثم أنتقل ليشمل فئة الشباب بصفة عامة وفى بداية 2003 ظهرت حركة "كمارا" وتعنى بالعربية "كفى"، وهي حركة مقاومة مدنية، ظهرت تحديدا بعد حالة من الامتعاض والهياج فى الاوساط الإلكترونية نتيجة تزوير الانتخابات البرلمانية فى نوفمبر 2003، حيث تحول الحراك الى الشارع ومن ثم أسقط النظام بأكمله بسبب ثورة الزهور التى اعتمدت على التغيير السلمى وسيطرة المظاهرات الشعبية فى الشوارع.

3- نموذج ثورة أوكرنيا: فى اواخر 2013 ظهرت أحتجاجات ألكترونية عبر صفحات الفيس بوك وتويتر نتيجة لتعليق الحكومة الاوكرانية التحضيرات لتوقيع اتفاقية الشراكة واتفاقية التجارة الحرة مع الاتحاد الأوروبي، انتقلت حالة الاحتجاج الى الشارع، وتحديدا فى 21 نوفمبر 2013 بدأت اولى التظاهرات المناهضة للحكومة والمطالبة بعزل الرئيس الاوكراني فيكتور يانوكوفيتش، كما طالبوا بانتخابات مبكرة، وقد سميت هذه الاحتجاجات باسم "الميدان الاوروبي" أوروميدان بالعاصمة كييف، توالت عمليات الحشد عبر الشبكات الاجتماعية حتى تمكن الحراك الاحتجاجى من القيام بثورة فعلية فى 18 فبراير 2014 ونجحت الثورة فى إسقاط نظام يانوكوفيتش.

4- نموذج ثورات الربيع العربي: بدأت ثورة مصر وتونس بداية أفتراضية بحتة عبر الشبكات الاجتماعية للرأى العام الإلكتروني الغاضب نحو تردى الاوضاع الاقتصادية والامنية، وظهر ذلك جاليا منخلال انتشار تدوينات وصفحات عن خالد سعيد في مصر ومحمد بوعزيزي في تونس، ثم تحولت الثورتين لواقع أطاح بنظام مبارك ونظام زين العابدين بن على، وتختلف ثورة مصر وتونس عن ثورة ليبيا لان الثورة الليبية لم تبدأ بحراك إفتراضى بل بدأت ثورة سلمية واقعية تحولت الى ثورة مسلحة ضد نظام القذافي، ولم يتمكن المجتمع الليبي من استخدام الشبكات الاجتماعية آنذاك نظرا لان النظام السابق قد حجب موقع الفيس بوك وتويتر ويوتيوب وأيضا موقع قناه الجزيرة.

5- أحتجاجات وول ستريت: بدأت هذه الاحتجاجات كدعوة ألكترونية عبر صفحات تويتر وفيس بوك من حركة تدعى "احتلوا وول ستريت" (Occupy Wall Street) وهي حركة احتجاجات تدعو إلى احتلال وول ستريت في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية نتيجة لتردى الاحوال الاقتصادية و تأثراً بحركة ثورات الربيع العربي التي أسقطت ثلاثة أنظمة حاكمة في الوطن العربي، وبناءا على هذه الدعوات الإلكترونية بالفعل تم الحشد على أرض الواقع فى 17 سبتمبر 2011 وحدثت أول تظاهرة فى وول ستريت ثم تبعها عدة تظاهرات متكررة، وقد دعا النشطاء آنذاك بتطبيق مفهوم عولمة الاحتجاجات Protest Globalization وتصعيدها عالميا.

6- الانتخابات الرئاسية الامريكية عام 2008: حيث نجح المرشح اوباما أمام منافسه جون ماكين نتيجة لتواصل اوباما مع فئة الشباب عبر الشبكات الاجتماعية حيث دشن حملته الشهيرة آنذاك بعنوان YES WE CAN والتى عملت على تكوين رأى عام ألكترونى وواقعي محابى لأوباما، كما عمد اوباما على بث رسائل أسبوعية عبر الشبكات الاجتماعية ولا سيما الفيس بوك بهدف التأثير على الرأى العام وجلب أصوات فى صالحه.

7- الحرب على غزة عام 2008، 2012، 2014: عمدت صفحات المقاومة الفلسطينية عبر الشبكات الاجتماعية فى تعبئة وحشد الرأى العام الإلكتروني ضد الحروب التى شنتها إسرائيل على غزة، من خلال نشر فيديوهات لمجازر وإنتهاكات إنسانية ولتفجيرات فى غزة وللمصابين وهكذا، وعلى الجانب الاخر عمدت إسرائيل على توظيف الشبكات الاجتماعية والفيس بوك تحديدا كى تبرر الحرب على غزة تحت عدة مسميات مثل الحرب على إرهاب حماس، أو الحق فى الدفاع عن النفس، وقد كانت صفحة أفيخاي أدرعي الناطق باسم الجيش الإسرائيلي على الفيس بوك وصفحة إسرائيل تتكلم بالعربية من أهم الصفحات التى ناقشت هذه الحروب باللغة العربية بهدف كسب الرأى العام العربى فى صف إسرائيل، وتبرير المواقف الاسرائيلية، وتشويه صورة المقاومة الفلسطينية.

وفى نظرة تتابعية لسلسلة الحروب الأخيرة نجد إنتشار الوسوم على موقع تويتر بأسماء الحروب من الطرفين، ففى 2008 إنتشر وسم #الرصاص_المصبوب مقابل وسم #حرب_الفرقان، وفى عام 2012 أنتشر وسم #عامود_الغيمة، مقابل وسم #حجارة_السجيل، وفى عام 2014 أنتشر وسم #الجرف_الصامد، مقابل وسم #العصف_المأكول.

8- مقاطعة الفيس بوك 24 أكتوبر 2009: فى هذا التاريخ تم مقاطعة موقع الفيس بوك لمدة 3 أيام إحتجاجا على إحجام إدارة الفيس بوك عن إغلاق الصفحات المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم، رغم إرسال المستخدمين المسلمين للعديد من التقارير(reports) لغلق هذه الصفحات ولكن دون إستجابة، من ثم تكونت بعض المجموعات والصفحات من قبل الرأى العام الإلكتروني للمسلمين تحت هدف واحد وهو المقاطعة، وقد شارك فى هذا الحدث قرابة 2 مليون مسلم على مستوى العالم نتيجة لجهود الحشد والتعبئة الأفتراضية التى تمت لإنجاح المقاطعة، كما أخذت هذه القضية صفة دولية، وأنتشرت فى وسائل الاعلام التقليدي أيضا وناقشتها الصحف والفضائيات، وتعتبر هذه المقاطعة هى الأولى من نوعها فلم يسبق لأى فئة مقاطعة أى موقع ألكتروني آخر.

9- حملات الوسوم (الهاشتاج) Hashtag: حيث سجلت بعض الهاشتاجات عبر الشبكات الاجتماعية ولا سيما الفيس بوك وتويتر معدلات تكرار عالية، كنوع من الحملات التى تنادى لإحداث أثر معين أو تحقيق مطلب معين، ومن ثم تؤثر مثل هذه الحملات على الرأى العام الإلكتروني وقد تتحول الى رأى عام فعلى[1].

وعلى سبيل المثال أمكن للباحث من خلال إستخدام اداه http://keyhole.co من التعرف على أهم الهاشتاجات التى انتشرت على موقع تويتر بفترة الدراسة، فلوحظ إنتشار هاشتاج تحيا مصر والذى يتبع حملة ترشح الرئيس السيسي، وقد شهدت هذه الحملة تفاعلا إلكترونيا وواقعيًا حيث توالت بعض المظاهرات تحت نفس الشعار، كما انتشر هاشتاج حملة تونسية بمسمى وينو البترول والتى رتبت لبعض التظاهرات الفعلية عبر حشد الرأى العام الإلكتروني، كما انتشر هاشتاج هل صليت على النبي اليوم والذى تترجم لملصقات منتشرة فى الشوارع تحمل نفس الشعار.

ثالث عشر: قادة الرأى العام الإلكتروني Cyber Opinion Leaders:

كان لظهور الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية أثره الواسع والكثيف على المجتمع وعلى كافة الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما أدى بروز الإعلام الجديد إلى بزوغ أدوات وآليات جديدة يستخدمها النشطاء الإلكترونيين Cyberactivists من المدونيين والمغردين عبر تويتر ومستخدمى الفيس بوك في محاولة منهم لإحداث التغيير السياسي والاجتماعي والثقافي داخل مجتمعهم، فتارة يتم استخدام تلك الأدوات كوسائل اعلامية جديدة للحصول على الحشد والتجنيد والتعبئة والتنسيق والتمويل والتواصل مع غيرهم وجمع المعلومات، وتكوين التحالفات، وتارة آخرى بالتعبير عن ارتباط النشطاء الإلكترونيين بالحياة العامة والشأن السياسي، وتارة بإدارة حالة من النقاش العام حول بعض قضايا المجتمع في محاوله لوضع أجندته وأولوياته[2].

1- bruns, axel&burgess, jean e. (2011) the use of twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In proceedings of the 6th european consortium for political research (ecpr) general conference 2011, university of iceland, reykjavik ,p1.

2-mou, yi., atkin, david. And fu, hanlong. (2015) "an inquiry into the chinese online public sphere: investigating student participation in online political/civic discussion", paper presented at the annual meeting of the international communication association, boston, p4.

وكان من أهم تلك الأنشطة التي يقوم بها النشطاء الإلكترونيين المشاركة في التعليقات أو نقل الأخبار أو المشاركة في استطلاعات الرأي الإلكترونية أو إنشاء مدونات أو تكوين المجموعات البريدية أو غرف الدردشة أو كتابة تعليقات وتغريدات، أو تكوين مجموعات على المواقع الاجتماعية مثل موقع الفيس بوك وغيرها، أو شن حملات الكترونية تعبر عن احتجاج ما إزاء وضع معين من أجل تحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية[1].

وينشأ ذلك النشاط الإلكتروني Cyberactivism وينطلق عبر الفضاءات الافتراضية المتاحة، ليكون ذلك بمثابة مقدمة للتأثير على الشارع الاجتماعي والسياسي، أو قد يكون انعكاساً ومواكبة ومشاركة لحالة الحراك الاجتماعي والسياسي الفعلي، ويكون دور هذه الأنشطة الترويج الإعلامي للقضايا والدعوة للتضامن والتآزر خلف مختلف القضايا المثارة، وإحداث حالة من التأثير على الرأى العام الإلكتروني قد تصل لتحويل الرأى العام الإلكتروني لرأى عام واقعي[2].

ومن ثم يتمخض عن مفهوم النشاط الإلكتروني مفهوم النشطاء الإلكترونيين والذين هم بمثابة قادة الرأى العام الإلكتروني والمحرك الرئيسي لعملية الحراك والتعبئة الإفتراضية والتى تتخطى المجال الافتراضي للمجال الواقعي المعاش[3].

ويمكن تعريف قائد الرأى الإلكتروني بأنه مستخدم لديه القدرة على الإقناع والكتابة يهتم بالشأن العام السياسي ويتقبل جميع الآراء ودائم التفاعلية مع الآخرين ويتقن كيفية استخدام الانترنت عامة والشبكات الاجتماعية وساحات الحوار خاصة[4].

وتشير دراسة (Xiaofei Zhang & Dahai Dong2009)[5] الى ان مفهوم قادة الرأى العام الإلكتروني لايقتصر على الجانب السياسي فقط بل يمتد ليشمل العملية التسويقية لا

1-weiai wayne , yoonmo sang , stacy blasiola&han park (2014) predicting opinion leaders in twitter activism networks: the case of the wisconsin recall election ,american behavioral scientist ,vol 58, p 1278.
2-alex rutherforda, manuel cebrianb,c & others , (2013) limits of social mobilization, proceeding of the national academy of sciences of the united states , vol. 110 no. 16 , p 6283.
3-tien lee&piotr bobkowski (2013) revisiting opinion leadership in the online world: a structural equation modeling approach ,paper presented to the association for education in journalism and mass communication association (aejmc) annual conference , washington. P p 17-18.
4-rhee, june woong., kim, eun-mee. And kim, hyunsuk. (2014) "exploring online opinion leadership: a validity test of the concept in the digital age" paper presented at the annual meeting of the international communication association, san francisco, pp7-8.
5-xiaofei zhang & dahai dong (2009) ways of identifying the opinion leaders in virtual communities , international journal of business and management, vol. 3, no. 7, pp 21-23.

السياسية فحسب، حيث يقوم المسوقون الإلكترونيون بالتسويق الفموى Online Word Of Mouth ومحاولة التأثير على الاخرين لصالح مؤسسة او فكرة أو منتج ما.

كما تشير دراسة تحليلية أفتراضية متعلقة بأزمة ماسبيرو والمجلس العسكري بمصر لــ (ثريا البدوى، 2012)[1] الى إبتعاد النخبة عن المشاركة بصورة فاعلة فى المجال العام الافتراضى مقابل مشاركة الشباب والجمهور العام بصدد إبداء رأيهم الإلكتروني نحو قضية احداث ماسبيرو 2011، وأرجعت الباحثة السبب فى ذلك الى عدم رغبتهم فى الافصاح عن آرائهم عبر الفيس بوك، بينما الشباب والمستخدم الصغير فى السن وبخاصة المغترب يكونون أكثر نشاطا فى استخدام الفيس بوك بأدواته المختلفة بصورة فاعلة فقد عايش الشباب الثورة التكنولوجية ولايحتاج الى عملية تأهيل أو تعلم، اما بالنسبة لكبار السن والنخب فقد يحول الوقت ونقص الخبرة وعدم الرغبة فى التعبير عن رأى معارض دون التواجد والمشاركة الايجابية.

ومن ثم يمكن القول ان قادة الرأى العام التقليديين (النخب) ليس لهم نفس التأثير فى الفضاءات الافتراضية، لتتحول سمات قادة الرأى العام الى سمات آخرى فقائد الرأى العام الإلكتروني قد يكون من الشباب الناشط ألكترونيا والذى له تواجد افتراضي بقدر كبير وتفاعلية عالية مع الاخرين[2].

وهناك مجموعة من الأبعاد السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التى أدت لظهور قادة الرأى العام الإلكتروني ويمكن إجمالها فيما يلي[3]:

- **بعد مؤسسي**: يتمثل في ضعف دور الأحزاب السياسية والمجتمع المدني وممثلي السلطة التشريعيه كمؤسسات وسيطة بين الحاكم والمحكوميين وعجزها عن حمل مطالب الرأي العام بما أدى الى انفصال تلك المؤسسات عن الواقع الاجتماعي والسياسي الذي تعيش به، ودفع الرأى العام الى اللجوء الى الساحة الإلكترونية لبناء مؤسسات موازية وتصعيد أصوات المعارضة.

1- ثريا البدوي (2012) تقييم رؤية المواطن المصري تجاه تغطية وسائل الاعلام لأزمة المجلس العسكري وأقباط ماسبيرو خلال عام 2011، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 41، يوليه سبتمبر 2012، ص ص 55، 56.

2-do kyun kim (2007) identifying opinion leaders by using social network analysis: a synthesis of opinion leadership data collection methods and instruments , unpublished phd dissertation , the scripps college of communication of ohio university , pp 22-23.

3- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام حالة استخدام الحملات الالكترونية،سلسلة قضايا استراتيجية،المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص3

- بعد تكنولوجي: وفر الارتباط المتزايد بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات فرص أمام المستخدمين، وخاصة مع ما وفرة الانترنت من وسيلة سهلة ورخيصة وسريعه الانتشار،وكذلك اندماج الخدمات مع بعضها حيث يتيح الانترنت خدمة الاتصال والموبيل خدمة الانترنت وامكانية التراسل المجاني بينهما فضلا عن الحرية المتاحة وارتفاع سقفها عن وسائل الاعلام التقليدية، مما دفع المستخدمون للجوء لهذه الساحات الإلكترونية للتعبير عن رأيهم بحرية.

- بعد تنموي: ان المجتمعات التي تكون في طور التحول الديمقراطي يكون لديها حالة متصاعدة من الحراك السياسي، وبالنسبة لمصر فقد شهدت تغيرات سياسية مختلفة بعد الثورتين 25 يناير و30 يونيو، وقد شهد المجتمع المصري عدد من السياسات التي تشكل دورا هاما في ايجاد حالة من الحراك السياسي بين المهتمين بالشان العام،بالاضافه الى ان انفتاح المواطن على الخارج تجعل لدية طموحات وتطلعات اكبر قد تمثل ضغطا على صانعي القرار وقد لا تتوافق مع الواقع الاجتماعي والاقتصادي، فالتطلعات الشعبية نحو التنمية يستتبعها حراك إفتراضي من النشطاء والفاعلون الجدد بهدف تحقيق الافضل لصالح المجتمع.

- بعد حقوقي: بعد زيادة انتشار مفهوم المواطنة وحقوق الانسان، عمد مستخدمو الشبكات الاجتماعية فى تسليط الضوء على الانتهاكات التى تمس المصريين من قبل الحكومة عامة ووزارة الداخلية خاصة، فكان للشبكات الاجتماعية دورا هامة ولاسيما المدونات فى الكشف عن حالات الانتهاكات المتعددة، ومن ثم لجأ النشطاء والفاعلون الجدد فى استخدام هذه الوسيلة لتصعيد قضايا حقوق الانسان على كافة المستويات محليا ودوليا.

- بعد عمري: حيث ان المجتمعات العربية عامة ومصر خاصة تحوي فئة عمرية من الشباب تشكل ما يقرب من 60% لديهم رؤي للتغيير وعلى دراية كافية بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتفاعل معها مقابل الفئات العمرية الاخرى، ومن ثم تلجأ فئة الشباب لإستخدام هذه الشبكات والساحات الإلكترونية أكثر من أى فئة عمرية آخرى بهدف إيصال صوتهم والتعبير عن رأيهم.

ومن أهم الفئات التى تمثل قادة الرأى العام الإلكتروني ما يلى:

1- **النشطاء الإلكترونيون:** بدأ النشطاء السياسيون فى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لإحداث التغيير السياسي والاجتماعي فتارة يتم استخدام تلك الادوات كوسائل اعلامية جديدة للحصول على الحشد والتجنيد والتعبئة والتنسيق والتمويل والتواصل مع غيرهم وجمع المعلومات، وتكوين التحالفات، وتارة اخرى بالتعبير عن ارتباط ذلك بدورهم المتزايد في الحياة العامة، وتارة بإدارة حالة من النقاش العام حول بعض قضايا المجتمع في محاوله لوضع أجندته واولوياته[1].

ومن أهم تلك الانشطة التي يقوم بها النشطاء شن حملات الكترونية من أجل تحقيق اهداف سياسية او اجتماعية او ثقافية او دينية من خلال التأثيرعلى الرأي العام وذلك عن طريق المجموعات البريدية او مجموعات الفيس بوك أو عبر المدونات أو المنتديات[2].

وتنشأ تلك الحملات اما كفكرة في الفضاء الإلكتروني ويتم تداولها ونشرها الكترونيا ويكون ذلك مقدمة للتاثير على الشارع الاجتماعي والسياسي أو ان تكون تلك الحملات انعكاساً ومواكبة ومشاركة لحالة الحراك الاجتماعي والسياسي ويكون دور تلك الحملات مقتصرعلى الترويج الاعلامي لها والدعوة للتضامن والتآزر خلف القضية التي تمثلها، او ان تكون تلك الحملات تنشأ بالتوازي مع ظهور الحركة الاحتجاجية او الداعية الى تغيير سلوك ما داخل المجتمع. ويتم ذلك عير السعى الى ايجاد فكر جديد لحل المشكلات ونشر هذا الفكر عبر وسائل الاعلام الجديد في محاولة للتاثير على الراي العام وذلك من اجل تغيير الواقع او الاسهام في تغيره[3].

2- **المدونون:** يهتم المدونون بالقضايا الاجتماعية العامة ودعم حقوق الإنسان والمواطنة وسيادة القانون وتداول السلطة، عن طريق التواصل الإلكتروني وكتابة المقالات عبر المدونات لتحقيق أهدافهم[4].

1- thorson, kjerstin. And wise, kevin. (2007) "blogging for participants: framing the candidate blog for mobilization" paper presented at the annual meeting of the international communication association, san francisco, p3.

2- winter, stephan. And neubaum, german. (2014)"two-step flow on facebook: opinion leadership in social networking sites" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington, p3

3- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص2.

4- carty, victoria. "protest, cyberactivism, and new social movements: the reemergence of the peace movement post 9/11" paper presented at the annual meeting of the american sociological association, philadelphia, p 12.

وهناك خصائص مشتركة للمدونات أهمها التركيز على الهدف وتماسك النقاش والانفتاح وقبول الاختلاف والاستمرارية والتواصل الايجابي[1].

وتجمع المدونات بين بعض سمات الحركات الاجتماعية والحزب السياسي وجماعة الضغط، وذلك لدورها في الضغط على الحكومة وترشيد قراراتها، كما تتميز بوجود مجموعه من الأفعال المشتركة لجماعة من المدونين، وتهدف تلك الأفعال لتحقيق أهداف معينة أو الحفاظ على امتيازات محددة، كما يتوافر عنصر الوعي في القائم بتلك الأفعال وتوافر حد أدني من التنظيم[2].

وللمدونات السياسية تأثير كبير على الحكومات والرأي العام الإلكتروني لكونها همزة الوصل بين الحاكم والمحكومين، والتي تظهر في الفعالية السياسية للمدونين من خلال دعم الفعاليات السياسية الواقعية، وتأثيرها على الحراك السياسي والرأي العام، وإن كانت لا تهدف إلى الوصول للسلطة ولا تمتلك برنامجا سياسيا[3].

3- المغردون Tweeps: على موقع تويتر يظهر لنا بعض المستخدمون (المغردون) الذين يكون لهم تابعين كثر، مثل هذه الفئة من المستخدمين يكون لها تأثير على اتباعهم[4].

وقد يرصد المتابعين لهم رأيهم السياسي ويتشاركونه فيما بينهم وقد تبرزه وتنقله وسائل الاعلام الإلكتروني او التقليدي، وتنتشر تعليقاتهم او تغريداتهم Tweets بشكل فيروسي عبر تويتر Go Viral ليصل لاكبر شريحة عددية من المستخدمين والمهتمين بالشأن العام[5].

1-adams, debra (2006) journalism, citizens and blogging. In proceedings communications policy and research forum , university of technology sydney , australia, p19
2-Armentano, M., Godoy, D. And Amandi, A. (2012), ‘‘Topology-Based Recommendation Of Users In Micro-Blogging Communities’’, Journal Of Computer Science And Technology, Vol. 27 No. 3, P. 624
3-Nardi, B., D. Schiano, And M. Gumbrecht,(2004) "Blogging As Social Activity, Or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?", Conference On Computer-Supported Cooperative Work (Cscw), New York: Acm Press, Pp. 222-228.
4-Brendan O’connor& Ramnath Balasubramanyan (2010) From Tweets To Polls: Linking Text Sentiment To Public Opinion Time Series, Proceedings Of The International Aaai Conference On Weblogs And Social Media, Washington.P7
5-Marcus Messner, Maureen Linke, And Asriel Eford (2011) Shoveling Tweets: An Analysis Of The Microblogging Engagement Of Traditional News Organizations, Paper Accepted For Presentation At The International Symposium On Online Journalism ,Austin , Texas , P5.

وهناك مجموعة من المتغيرات التى تجعل المغرد قائد رأى أو شخصية ذات رأى مؤثر وهى[*]:

1- عدد المتابعين له Followers.

2- ترتيب الصفحة الخاصة به Page Rank

3- كمية التفاعل معه (عدد الريتويتات، النقاشات، التفضيلات،...).

4- أهتمام المستخدم أو المغرد بالشأن العام والقضايا المثارة.

5- تواجد المغرد بصفة مستمرة على المجال الافتراضى ومتابعته للمجموعات المهتمة بالشأن السياسى.

6- قربه من المستخدمين الاخرين وتقبله للرأى المخالف.

ويمكن اسنخدم هذه المعادلة البسيطة لحساب مدى تأثير المغرد بصفة كمية وهى:

حساب التأثير: عدد المتابعين + عدد الأصدقاء.

4- المؤثرون Social Media Influencers وبالنسبة لهذه الفئة فهى ترتبط بالتسويق التأثيري Influence Marketing، والذي يمكن تعريفهم بأنهم أفراد مؤثرين ناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي قادرين على نقل الرسالة الاتصالية (سواء تسويقية تجارية أو سياسية أو اجتماعية) بشكل مكثف لغيرهم من المستخدمين المستهدفين[1].

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
- شيماء ذو الفقار (2011) استخدام موقع التدوين المصغر تويتر فى تغطية الانتخابات التشريعية 2010، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 38، يوليو – ديسمبر 2011، ص 4.
-Boyraz, Malgorzata., Catona, Danielle. And Krishnan, Aparna. (2012) "Who Is Retweeted In Times Of Political Protest? An Analysis Of Characteristics Of Top Tweeters And Top Retweeted Users During The 2011 Egyptian Revolution" Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association, Phoenix.P12-13.
1-Russ, Henneberry. (2015) "How to Find Influential People With Social Media". Social Media Examiner. Retrieved 22 February 2015.

ويستمد المؤثرون قوتهم التأثيرية من خلال 3 مؤشرات[1]:

1- معدل الإنتشار الاجتماعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية Social reach.

2- المحتوى الخاص بهم وقيمته بالنسبة للمستخدمين الآخرين Original content.

3- ثقة الآخرين بهم ومدى مصداقيتهم لدى المستهلكين Consumer trust.

وتوجد العديد من هذه الأدوات التى تقوم بتحليل و قياس درجة تأثير مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي ومدى جودة المحتوى الذي يقدمونه وتأثيره على متابعيهم وبناء على ذلك يتم تصنيف درجة وقوة تأثيرهم، **ومن هذه الأدوات:**

- www.klout.com
- www.kred.com
- www.peerindex.com
- http://socmetrics.com/
- https://sproutsocial.com/
- https://www.twellow.com/
- http://www.traackr.com/
- https://hootsuite.com/

وقد صنف jim barry أنواع المؤثرين الى 4 أنواع أساسية وهم[2]:

1- المعلمون Educators: وهم المؤثرين الذين يعلمون المستخدمين الآخرين الأشياء المفيدة وينقلون خبراتهم لغيرهم.

2- المدربون Coaches: وهم المؤثرين الذين يعلمون ويدربون غيرهم ويعتمدون فى الأساس على التجريب والمشاركة.

1- The State of Influencer Marketing". Interactive Advertising Bureau. IAB. Retrieved 7 July 2016. Online:
https://www.iab.com/wp-content/uploads/2015/12/Crowdtap_TheStateofInfluencerMarketing.pdf

2- jim barry (August 24, 2014) 4 Archetypes of Top Social Media Influencers. online: http://blog.socialcontentmarketing.com/top-social-media-influencers/

3- الترفيهيون Entertainers: وهم المؤثرين الذين يقومون ببث المضامين الترفيهية والخفيفة ويعتمدون على الأسلوب الكوميدي الخفيف.

4- الكارزميون Charismatics: وهم المؤثرين الذين لديهم شخصية محبوبة لدى قطاع كبير من المستخدمين الآخرين ويعتمدون على بث الطاقة الايجابية والإلهام وروح الإبداع.

وتشير دراسة 2012Zhuozhuo Li, Zihan Ding الى عدة عوامل آخرى- تتبع عملية التحليل الشبكي- **يمكن من خلالها قياس مدى النشاط الإلكتروني لقائد الرأى العام الإلكتروني**[1]:

1- عامل المركزية Centrality: ويقصد بها مدى سيطرة قائد الرأى الإلكتروني فى الفضاء الافتراضي، وقدرته على سن قواعد معينة للتحكم والسيطرة على المناقشات والتعليقات، فقد يكون مدير مجموعة أو صفحة على شبكة إجتماعية بالتالى يستطيع ان يوجه الاراء فى اتجاه ما بما يتناسب مع توجاهاته او ربما يضع قواعد معينة للتعبير عن الرأى ومن يخالفها يتم حجبه.

2- عامل المركز والهامش Core-periphery: ويقصد بالمركز هنا مدى جاذبية قائد الرأى للمستخدمين الاخرين من خلال إرتفاع كثافة عدد المتابعين أو الأصدقاء لقائد الرأى، أما الهامش فيقصد به مدى تصديق المتابعين له وثقتهم فيه وإعجابهم بآرائه.

3- عامل التأثير Influence: ويقصد به مدى تأثير قائد الرأى فى غيره من الاعضاء، والتأثير هنا لا يعنى تأثيره الايجابي عليهم فقط بل أيضا تأثيره السلبي، فقائد الرأى الإلكتروني قد يقدم طاقة إيجابية تفاؤلية او العكس، وقد يتفاعل معه الاخرين بتأييد لرؤيته او العكس.

وهناك مجموعة من المميزات التى تتيحها الشبكات الاجتماعية لقادة الرأى العام الإلكتروني:

1- تمكنهم من صناعة المحتوى السياسي واستقباله وإرساله وذلك بالاستفادة من الإمكانات التفاعلية المختلفة[2].

2- إتاحة القدرة على المشاركة السياسية من أي مكان وفي أي زمان، وذلك بالاستفادة من قدرة تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية على الحركة ومتابعة الحدث في مكان حدوثه

1-zhuozhuo li, zihan ding (2012) exploring cyber opinion leaders based on social network analysis: sampling college student employment public opinion ,international proceedings of computer science & information tech conference, vol. 51, p179.

2-Kwon, kyounghee., stefanone, michael., barnett, george. And tutzauer, frank.(2015) "profiling influentials in web 2.0: an cyber-behavioral experiment comparing between self-designated and observation-based measure of opinion leadership" paper presented at the annual meeting of the international communication association, boston,p3.

مباشرة وبمرونة فائقة، وهذه الخاصية مهمة جداً لتمكين الجماعات شبه المتنقلة وقاطني المناطق النائية من المشاركة السياسية[1].

3- كما تقدم الشبكات الاجتماعية لقادة الرأى العام الإلكتروني أمكانية المشاركة التطوعية الحرة فى مختلف الفعاليات الاجتماعية والسياسية بمختلف القناعات الفكرية وهذا ما لا توفره وسائل الاتصال التقليدى[2].

4- تسهل لهم عملية جمع المعلومات اللازمة لمحاسبة الحكومات ومسائلتها ونشر المواد الإعلامية التي تشكل أداه نقد للحكومات وسياستها العامة، حيث يمكن استخدام ذلك بفعالية من قبل معارضي الحكومة والناشطين ألكترونيا[3].

5- تمكنهم من عملية إجراء الإستطلاعات الإلكترونية وتحليل إتجاهات الرأى العام الإلكتروني نحو مختلف القضايا[4].

رابع عشر: مشكلات تواجه تشكيل الرأى العام الإلكتروني:

من أهم هذه المشكلات ما يلي:

1- تفشى الأمية الإلكترونية E-illiteracy في المجتمعات النامية: مما يجعل الرأي العام الإلكتروني متأخراً لديهم وغريب الاسم والأطوار لعدم معرفتهم بكيفية الاستخدام والتشكيل[5].

2- تصفية المضمون والحجب: حيث إستطاعت بعض الأنظمة الحاكمة من تصفية المضمون قبل وصوله للمستخدم، وحجب ومنع مواقع الشبكات الاجتماعية مما يصعب على المستخدم ان يعبر عن رأيه فى هذه المجتمعات الافتراضية، وعلى سبيل المثال ما حدث اثناء الثورتين

1-katz-kimchi, merav. And manosevitch, edith.(2014) "mobilizing facebook users against facebook's energy policy: the case of the greenpeace unfriend coal campaign" paper presented at the annual meeting of the international communication association 64th annual conference, washington p 2.

2-عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام -حالة استخدام الحملات الالكترونية،سلسلة قضايا استراتيجية،المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص 5،4.

3-Stacy M. Kitsis (2008) The Facebook Generation: Homework As Social Networking , English Journal, Vol 98.No 2 P30

4-Zizi Papacharissi (2002) The Virtual Sphere: The Internet As A Public Sphere , New Media And Society , Vol 4 , No9. Pp 10-11.

5-Shanto Iyengar & Robert C. Luskin (2003) Facilitating Informed Public Opinion: Evidence From Face-To-Face And Online Deliberative Polls , Paper Presented At The Meetings Of The American Political Science Association, Philadelphia, p 9.

المصرية والتونسية من قبل السلطات الحاكمة حينما حجبت الانترنت عن المستخدمين، **ولكن تمكن نشطاء الانترنت من الدخول الى الشبكة بأساليب وآليات مختلفة منها**[1]:

- اللجوء لمواقع أخرى بديلة عن المحجوبة، حيث لجأ نشطاء الانترنت الى تويتر حينما حجب الفيس بوك.

- قيام بعض النشطاء بتداول شفرات وبرامج تسمح بالدخول الى الانترنت من خلال برامج تغيير IP وبرامج كسر البروكسي وبرامج كسر الحجب.

- إطلاق شركة جوجل خدمة خاصة تسمح للأشخاص بإرسال رسائل عبر تويتر عبر الهاتف المحمول.

- هجوم بعض القراصنة (الهاكرز) على بعض المواقع المصرية والتونسية ردا على الحجب.

- قيام الكثير من وسائل الاعلام التقلدي ولا سيما الفضائيات العربية بنقل أخبار الثورتين عبر شاشاتها والسماح للجمهور بالتفاعل والتعبير عن رأيهم.

- استخدام النشطاء لبروتوكولات خاصة للتحايل على الحجب.

3- الفجوة الرقمية Digital Divide: فبناءا على الإختلالات الكلاسيكية فى التدفق الاعلامى على المستوى الدولي بين دول الشمال (العالم المتقدم) والجنوب (العالم النامى)، نجد أن هذا الاختلال قد امتد ليشمل الانترنت والتكنولوجيا الرقمية فحدثت فجوة رقمية بين من يملكون التكنولوجيا ومن يستهلكونها فقط، ومن ثم تؤثر هذه الفجوة على الرأى العام الإلكتروني والذى يصبح رأى تابع بالنسبة للدول المستهلكة للتكنولوجيا وليس مستقل[2].

وعلى الجانب الآخر يرى **عادل عبد الصادق (2013)**[3] ان ظهور الجيل الثانى للويب بتطبيقاته المختلفة ولاسيما الشبكات الاجتماعية قد اسهم ذلك فى تضييق الفجوة المعرفية المرتبطة بإنتاج المعلومات وانتشارها وحرية الوصول إليها وقدرة أي فرد على المساهمة فيها وإنتاجها و إزالة اللبس والغموض المعرفي سواء ما يتعلق بالقضايا الداخلية أو

1- عبد الله ممدوح مبارك (2012) دور شبكات التواصل الاجتماعى فى التغيير السياسي فى تونس ومصر من وجهة نظر الحفيين الاردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط،ص ص 77، 78.

2- ميمون الطاهري (2009) الاعلام الجديد والفجوة الرقمية العالمية:جني الوجي االهوة ومساءلة الخطاب، مؤتمر إعلام جديد: تكنولجيا جديدة لأجل عالم جديد، جامعة البحرين. ص 40.

3- عادل عبد الصادق (2013)، الإعلام الجديد وبروز الفاعليين الجدد في المجال العام - حالة استخدام الحملات الالكترونية، سلسلة قضايا استراتيجية، المركز العربي لابحاث الفضاء الالكتروني، ابريل 2013، ص4.

الخارجية، ويشير البناء النظرى الجديد لنظرية الفجوة المعرفية أو ما يعرف بتقليل الفجوة المعرفية Reducing Knowledge Gap أو التغلب على الفجوة المعرفية Overcoming Knowledge Gap الى نموذج بسيط من ثلاثة إصلاع لتضييق الفجوة المعرفية وهي: توافر المعلومات عبر الفضاء الافتراضي، إمكانية التعليق عليها والتحاور حولها، أمكانية اتخاذ خطوات فعلية من الواقع الافتراضى الى الواقع الحقيقي.

فمستخدمو الشبكات الاجتماعية لديهم القدرة على الجدال، والتحاور بطرق تفاعلية حديثة، تمكن من تحويل النقاش للقرارات فعلية، فعملية اتخاذ القرار السياسي على مستوى الحكومات من الممكن أن ينبع من عالم المدونات والشبكات الاجتماعية، أي أن الأفكار أحيانا تولد من شبكات افتراضية بين الأشخاص ومنها إلى شبكات مجتمعية حقيقية، ثم إلى شبكات سياسية واقعية[1].

خامس عشر: الإيجابيات والسلبيات المتحققة من الرأي العام الإلكتروني:

ساهم الرأي العام الإلكتروني في تحقيق عدد من الفوائد والايجابيات بالنسبة للمستخدمين **وهى**[*]:

1- يساعد المستخدمين على تكيفهم مع مجتمعهم والتواصل فيما بينهم من خلال الويب والتقنيات الأخرى.

1- anthony heath, stephen fisher & shawna smith (2005) the globalization of public opinion research , annual review of political science , vol. 8: pp297-298.

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- S edgerly, l bode, ym kim, dv shah (2013) campaigns go social: are facebook, youtube, and twitter changing elections? ,new directions in media and politics journal. New york: routledge, pp 85-86.

- La friedland, h rojas, l bode (2012) consuming ourselves to dearth escalating inequality and public opinion , the annals of the american academy of political and social science. Vol 644, iss 1 , pp285.

- Marguerite h sullivan, (2008), scaling a changing curve- traditional media development and the new media, a report presented to the the center for international media assistance. National endowment for democracy, washington dc, pp. 15 – 16.

- Jennifer rauch, (2007), activities as interpretive communities: rituals of consumption and interaction in an alternative media audience, media, culture & society, sage publications, los angles, london, new delhi and singapore, vol 29, (6), pp. 1000 – 1003 .

- Lampe, c., ellison, no., & steinfield, c., (2006), a face book in the crowd social searching vs social browsing- proceedings of the 2006, 20th anniversary conference on computer supported cooperative work, new york, acm press, p.167.

2- تشجيع المستخدمين على إبداء الآراء دون خوف وبحرية.

3- يمكنهم من معرفة موقف من حولهم تجاه أي قضية مطروحة ومعرفة تفكير الآخرين حيال القضايا.

4- اكتشاف مواهب جديدة ولاسيما ممن يدلون بآراء ألكترونية ساخرة.

5- قد يساعد الحكومات على أتخاذ قرارات معينة نتيجة لتحليل الرأى العام الإلكتروني تجاه القضايا الوطنية المختلفة.

6- يحقق نوع من التواصل الثقافى مع المجتمعات الآخرى والمجتمع العالمى.

7- يساهم فى تعميق مفهوم عولمة الرأى العام، فالاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها اتخذت طابعاً عالمياً مستفيدة من التطور الهائل الذي وصلت إليه تقنية الاتصالات.

8- يعمق من شعور المستخدم بتقديره لذاته.

ومع كل هذه الايجابيات إلا أن الرأي العام الإلكتروني يعتريه بعض العوائق ومن عوائق وسلبيات الرأي العام الإلكتروني ما يلي(**):

1- اقتصاره على مستخدمي شبكة الانترنت وحائزي التقنيات الإلكترونية الأخرى فقط.

2- قد يكون أحياناً متعارض مع الثوابت الأساسية في المجتمع مثل الدين والعادات وغيرها.

3- يصعب في بعض الأحيان معرفة الجمهور المستخدم ونوعيته وسماته الحقيقية.

4- عدم الثقة الكاملة بنتائج الرأي العام الإلكتروني لوجود بعض الثغرات التقنية.

**- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:
- Diana c. Mutz (2004) cross-cutting social networks: testing democratic theory in practice , american political science review vol. 96, no. 1 march ,p111.
- S edgerly, l bode, ym kim, dv shah (2013) ,op.cit, p88.
- La friedland, h rojas, l bode (2012),op.cit.p287.
- Al-ani, b., g. Mark, and b. Semaan, (2010) "blogging in a region of conflict: supporting transition to recovery", proceedings of the 28th international conference on human factors in computing systems, atlanta, georgia, p 1069.
- Ahlam muhtaseb (2008) arab americans’ motives for using the internet as a functional media alternative and their perceptions of u.s. Public opinion , journal of computer-mediated communication , vol 13 ,pp 618–657.

5- استخدام الأسماء المستعارة التي تساعد على عدم ظهور الشخصية الحقيقية للمستخدم، مما يسهل له الإساءة للآخرين والتعبير الغير أخلاقى عن رأيه، والبعد عن وأدبيات الحوار والأخلاقيات العامة.

6- إنتشار معلومات مغلوطة أو شائعات عبر الأوساط الإلكترونية قد تؤدى الى تشكيل رأى عام إلكترونى مضلل.

7- عدم توافر عنصر الجدية فى كثير من الآراء المطروحة على الساحات الإلكترونية.

8- زيادة حالة التفتيت المجتمعي، فمن خلال تحليل تعليقات القراء التى بلغت 1229 تعليق، على ثلاث شبكات عبر موقع الفيس بوك وهى (هدفنا – يقين – رصد) تشير نتائج دراسة (Omneya Nour Eddin،2012)[1] الى بزوغ ظاهرة التفتيت المجتمعى Society Fragmentation فى آراء المتفاعلين وتعليقاتهم حيث ينقسم المستخدمون فيما بينهم حول رأيهم نحو البلاك بلوك Black Block الجماعة التى ظهرت إبان فترة حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي.

سادس عشر: الأبعاد الأخلاقية والقانونية للتعبير عن الرأى فى الفضاء الإفتراضي:

وسيتم تناول هذه الجزئية من خلال التركيز على محورين: أولهماأخلاقيات التعبير عن الرأى فى الفضاء الافتراضي، **والثاني**الأبعاد القانونية للتعبير عن الرأى فى الفضاء الافتراضي.

1- أخلاقيات التعبير عن الرأى فى الفضاء الافتراضي: تشوب عملية التعبير عن الرأى فى المجتمعات الإفتراضية العديد من المسائل الأخلاقية، فبعض المستخدمين يعبرون

1- Omneya Nour Eddin Khalifa (2012) Readers Comments On News Presented Over Facebook News Networks: A Discourse Analysis Of News About Protest Movements , The 1- 9th International Conference " Media &Democratic Culture. Cairo University , Faculty Of Mass Communication , P41.

عن آرائهم بأسلوب يحتوى على تجاوزات أخلاقية صريحة، ولا يتم مراعاه الأخلاقيات العامة أو أدبيات الحوار وثقافة الاختلاف[1].

وتقدم دراسة شريف درويش اللبان (2015)[2] مقياس باسم "الحوكمة الإعلامية الشبكية " لرصد مستويات مدى إلتزام المستخدم بالأخلاقيات العامة فى تعبيره عن آراءه **بالمجتمعات الافتراضية عامة والشبكات الاجتماعية خاصة، ويشمل المقياس سبعة مستويات كما يلي:**

1- الاختلاف: وهو مرحلة وجود إختلاف بين الاراء بشكل محترم، وكل يتقبل الاخر.

2- الخلاف الضمنى والظاهر: وهنا يبدأ ظهور نوع من الاختلاف مصحوب بعدم قبول رؤية الاخر ورفضها وإبراز ذلك عبر كلمات الرفض والشجب فى عرض الرأى ولكن دون شخصنة، فالخلاف فى الرأى وليس مع الأشخاص.

3- الهجوم دون تجاوز: وهنا نتخطى الرفض بالهجوم على الرأى الاخرو تفنيده بالمنطق ودون تجاوزات لفظية.

4- التحريض: من خلال استخدام أسلوب الحث والتحريك ضد الرأى الآخر لإتخاذ إجراءات معينة لإسكاته.

5- الإساءة بالتشهير: وهى أول مرحلة للتشهير فى صاحب الرأى الاخر والخوض فى حياته الخاصة.

6- رفض وإنكار الآخر: من خلال تهمييشه وتقزميه مع التشهير.

7- إستباحة الآخر: وهي أسوأ المراحل السابقة لان مستوى الهجوم يصل لحد إستباحه المال والعرض وقد يصل لإهدار الدم والتكفير والتخوين.

1- Royal, Cindy.(2008) "User-Generated Content: How Social Networking Translates To Social Capital" Paper Presented At The Annual Meeting Of The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Chicago, P3.

2- شريف درويش اللبان (2015) الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثانى، إبريل – يونيو 2015،، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص ص 71 – 73

وقد أنتشر فى المجال العام الافتراضي وساحات الشبكات الاجتماعية العديد من التجاوزات والانتهاكات الاخلاقية المرتبطة بالتعبير عن الرأى الإلكتروني من قبل المستخدمين، وقد أشارت بعض الدراسات(*)، **لأهم التجاوزات والخروقات الأخلاقية المتعلقة بذلك ومنها:**

1- نشر الأكاذيب والترويج للشائعات أثناء عملية التعبير عن الرأى سواء بقصد او غير قصد.

2- تأجيج الصراعات والعمل على تنامى الشكوك ومظاهر فقدان الثقة بين المواطنين.

3- نشر الآراء التى تزيد من تفاقم الانقسامات الإجتماعية وتزايد أشكال الاستقطاب السياسي.

4- التحيز والتعصب السياسي ورفض الآخر والتهوين من قدره بل وتخوينه وإبراز فشله.

5- إعطاء الحق للنفس بالتحدث باسم الشعب وبالذات لدى فئة الناشطين الإلكترونيين.

6- رفض الحوار وذيوع ثقافة قبلية جديدة متعلقة بالإنغلاق على الذات والتعصب فى الرأى.

---

*- الدراسات هى:

- شريف درويش اللبان (2015) الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثانى، إبريل – يونيو 2015، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص ص 34 – 35.

- إيمان حسني (2012) إلتماس المعلومات السياسية من شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته بالإتجاهات التعصبية لدى الشباب المصرى الجامعي دراسة فى ضوء مداخل التماس المعلومات والتوازن والتصنيف المعرفي، المؤتمر العلمي الدولي التاسع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 23 – 25 أبريل 2012، ص ص 116 – 117.

- Tian, Dexin. And Chao, Chin-Chung.(2013) "Testing News Trustworthiness In Online Public Sphere: A Case Study Of The Economist’s News Report Covering Riots In Xinjiang, China" Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association, London, P15.

- Jyotika Ramaprasad, Yu Liu & Bruce Garrison (2012) Ethical Use Of New Technologies: Where Do Indian Journalists Stand? Asian Journal Of Communication , Vol. 22, No. 1, P 98

- Alexandra D’arcy & Taylor Marie Young (2012) Ethics And Social Media: Implications ForSociolinguistics In The Networked Public , Journal Of Sociolinguistics,Vol 16 , Iss4,P 533.

- Liu, Xudong. And Li, Xigen.(2012) "Online Disagreement Expression And Reasoned Opinions: An Exploratory Study Of Political Discussion Threads On Online Newspapers" Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association, Phoenix, P20.

- Laura Hlavach & William H. Freivogel (2011) Ethical Implications Of Anonymous Comments Posted To Online News Stories, Journal Of Mass Media Ethics, Vol 26:, P25.

- Funda Kivran & Mor Naaman (2015) Network Properties And Social Sharing Of Emotions In Social Awareness Streams, The ACM Conference On Computer Supported Cooperative Work, New York, Pp. 379-382 .

- Nicholas Diakopoulos ,Mor Naaman (2015) Towards Quality Discourse In Online News Comments, The ACM 2011 Conference On Computer Supported Cooperative Work , New York,Pp. 133-135.

7- بث التعليقات المثيرة للخوف والعنف السياسي والتهديدات والإرهاب الفكرى والتسويق للأفكار الفاسدة.

8- تسويق الدعوات المنحرفة والغير أخلاقية.

9- نشر الآراء الداعلية للكراهية وبث روح الإنشقاق.

10- التشهير وإنتهاك الحقوق الخاصة للشخصيات العامة.

11- السباب واستخدام الألفاظ الخادشة للحياء والمخلة والإيحاءات الجنسية فى بعض الآراء.

ومن ثم عمدت بعض الدراسات(*)، على تقديم بعض التوصيات والمبادئ الأخلاقية للتعبير عن الرآى فى المجتمعات الإفتراضية، **فى شكل مجموعة من القواعد العامة لأخلاقيات التعبير عن الرأى الإلكتروني وهى كما يلي:**

1- عدم نشر الكلمات النابية والغير أخلاقية أو الإساءات لأشخاص أو مؤسسات.

2- الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي وهذه القاعدة معنية بالنخب والشخصيات التى تتبوأ مناصب واقعية فى الدولة أو الحكومة فلا يجوز أخلاقيا ان ينشر

---

*- الدراسات هى:
- رضوان جدي (2014) نحو ميثاق أَخلاقي عربي في زمن الميديا الجديدة،" رؤية تحليلية إستشرافي، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص6.
- ميثاق الشرف الصحفي لنقابة الصحفيين الالكترونيين متاح على:
http://www.eojs.org/sys.asp?browser=view_page&id=5
- Baek, Young Min. And Lee, Sunmin. (2014) "Frailty, Thy Name Is Online Privacy Opinion? Experimental Approach To Solve Privacy Paradox" Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association 64th Annual Conference, Washington, P5.
- Swenson Lepper, Tammy.(2014)" Facebook: Student Perceptions Of Ethical Issues About Their Online Presence "Paper Presented At The Annual Meeting Of The Nca 94th Annual Convention, San Diego, Ca‹P14.
- Cao, Hao. (2013)"Green Public Sphere, Solidarity, And Exclusions: Online And Offline Interactions" Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association, London, P12.
- Krakow, Melinda.(2010)" Making Media Accessible: Applying Media Ethics To Online News Accessibility "Paper Presented At The Annual Meeting Of The Nca 96th Annual Convention, San Francisco, Ca,Pp20-21.
- Henderson, Jennifer.(2010)" Toward An Ethical Framework For Online Participatory Cultures "Paper Presented At The Annual Meeting Of The BEA, Lasvegas, Pp18-19.

الفرد رأيه الشخصي على كونه رأى المؤسسة التى يتبعها، أى اهمية التفرقة بين الصفحة الشخصية للمسئول (البروفايل) والصفحة العامة للمؤسسة.

3- على الأفراد المتفاعلين عبر المجتمع الإفتراضي ان يتحملوا مسئولية ما يكتبوه من آراء سياسية سواء المسئولية الاخلاقية أو القانونية.

4- تجنب الجدل العقيم مع المختلفين فى الرأى وتفادى الاتصال العدائى Flaming Communication الذى يؤجج القذف المتبادل بين الافراد أو قد يسبب التحرش الإلكتروني بالاخرين.

5- البعد عن الاراء التى تحمل تمييزا عرقيا او دينيا أو التى تحض على عنف أو التى تمس الأمور الشخصية البحتة للمسئولين.

6- احترام ثوابت المجتمعات العربية، واحترام الأديان السماوية وقيم وعادات الشعوب.

7- تجنب نشر الآراء المبنية على معلومات مغلوطة او شائعات لعدم إثارة البلبلة.

8- تجنب الآراء المحرضة أو الداعلية لعنف أو إزدراء أو كراهية.

2- الأبعاد القانونية للتعبير عن الرأى فى الفضاء الافتراضي: تشوب عملية تداول المعلومات والتعبير عن الرآى الإلكترونية عبر الشبكات الاجتماعية العديد من المخالفات القانونية، فنظرا لكون هذه الشبكات فضاء مفتوح أمام الجميع، نجد لجوء بعض الحركات المتطرفة والإرهابيين الى إحداث بلبلة ونشر أفكار وآراء مغلوطة ومتطرفة، والترويج لجرائمهم وحشد أنصار جدد، أو تكدير الصفو العام بأخبار مضللة وشائعات مغرضة [1].

ويمكن تصنيف أهم مخاطر الإستغلال السئ للفضاء الافتراضي عامة والشبكات الاجتماعية خاصة فيما يلى:

1- مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف: حيث عمدت بعض التنظيمات الضالة على استخدام العوالم الافتراضية والشبكات الاجتماعية فى نشر آرئها وفكرها الإرهابى.

1-Wolfgang Schulz, (2011) New Public Spheres And How To Incorporate Them Into Information Law , Paper Prepared For The 1st Berlin Symposium On Internet And Society , Hamburg , P9.

2- مخاطر مرتبطة بنشر الفوضى وثقافة إسقاط الأنظمة والتى تهدد إستقرار الكيانات والدول وتحقق أهداف مغرضة لدول آخرى.

3- مخاطر مرتبطة بإثارة النعرات الطائفية: كإحداث وقيعة بين المسلمين والمسيحين أو إشعال فتيل التناحر الإلكتروني بين السنة والشيعة.

4- مخاطر مرتبطة بنشر الجرائم الجنائية بمختلف أنواعها.

ومع التطور التكنولوجي الهائل تغيرت طبيعة الجرائم ودوافعها، وظهرت الجرائم الإلكترونية، والتى يمكن تعريفها بأنها نشاط إجرامي تستخدم فيه التقنية الإلكترونية (الحاسوب الآلي الرقمي أو الموبايل) وتتم عبر شبكة الانترنت (بطريقة مباشرة أوغير مباشرة)كوسيلة لتنفيذ الفعل الإجرامي المستهدف[1].

وقد اوضحت الدراسات العلمية[*]عدة سمات للجرائم الإلكترونية المعلوماتية الجديدة كما يلي:

1- عادة ما يكون الباعث مادى: أن الباعث على ارتكاب الجرائم المعلوماتية يختلف عنه بالنسبة إلى الجرائم التقليدية ففي الجرائم التقليدية يتمثل الباعث بالرغبة في مخالفة النظام العام والخروج عن القوانين أكثر من استهداف الحصول على الربح، اما الجرائم المعلوماتية فالباعث هن االحصول على النفع المادي السريع فالمبالغ التي يمكن تحقيقها من وراء ذلك تكون طائلة.

1-Bruns, Axel, Burgess, Jean E., Highfield, Timothy J., Kirchhoff, Lars, & Nicolai, Thomas (2011) Mapping The Australian Networked Public Sphere. Social Science Computer Review ,Vol29.No7.p278

*- الدراسات هى:

- كافية لصوان (2014) تحديات وخصوصيات التشريع الإعلامي في ظل ممارسات لإعلام الجديد، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 11، 12.

- Pascarella, Joseph. And Ali, Amjad. (2011) Cyber Crime: Explaining The Hidden Decrease In Violent Crime Rates Within A Routine Activities Framework " Paper Presented At The Annual Meeting Of The Asc Annual Meeting, Washington ‹P11.

-Marcum, Catherine. And Higgins, George.(2011)Examination Of The Correctional Treatment Of Cyber Crime Offenders " Paper Presented At The Annual Meeting Of The Asc Annual Meeting, Washington, P8-9.

- Johan Egebark & Mathias Ekström (2011) Like What You Like Or Like What Others Like? Conformity And Peer Effects On Facebook. Ifn Working Paper ,No. 886 ,Pp18-19.

2- الجرائم المعلوماتية جرائم عابرة للدول: لاتعترف بالحدود الجغرافية للدول إذ غالباً ما يكون الجاني في بلد والمجني عليه في بلد أخر وعليه تعد الجرائم المعلوماتية شكلا جديدا من الجرائم العابرة للحدود.

3- جرائم صعبة الإثبات: يصعب في كثير من الأحيان العثور على أثر مادي للجريمة المعلوماتية ولعل السبب يعود إلى استخدام الجاني وسائل فنية وتقنية معقدة في كثير من الأحيان كما يتمثل السلوك المكون للركن المادي فيها بعمل سريع قد لايستغرق أكثر من بضع ثوان.

4- تعد الجرائم المعلوماتية اقل عنفا من الجرائم التقليدية: أي أنها لاتحتاج إلى أدني مجهود عضلي بل تعتمد على الدراية الذهنية والتفكير العلمي المدروس القائم على معرفة بتقنيات الحاسب الآلي.

وتشير دراسة (رياض شتوح، 2014)[1] لعدة أنواع من جرائم إساءة استخدام الحق فى التعبير عن الرأى الإلكتروني عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وهى:

1- جرائم ماسة بالشرف والاعتبار: كجرائم السب والقذف والمساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص، وإهانة القيادات والرموز الوطنية.

2- جرائم إزدراء الاديان والرسل وتشويه الرموز الدينية.

3- الجرائم الماسة بأمن الدولة والهيئات العامة وتشمل: التحريض على ارتكاب الجنح والجنايات – الجرائم المتصلة بإهانة المؤسسات العسكرية أو تسريب المعلومات العسكرية أو نشر صور لمنشآت عسكرية أو نشر ما يكسر الآداب العامة أونشر ما يطعن فى نزاهة القضاء.

4- جرائم انتحال الشخصية: وعرفت هذه الجريمة في الفضاء الافتراضي باسم المحاكاه (Spoofing).

5- الإعتداءعلى الملكيةالفكرية الرقمية. وتوجد إشكاليتان متعلقتان بتحديد المسؤولين جزائيا عن جرائم الإعلام الجديد:

1- رياض شتوح (2014) الإشكالات القانونية المترتبة عن استخدام وسائط الإعلام الجديد، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص"، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص ص 12 – 16، ص 19.

- **تعدد الأطراف وكثرةالمتدخلين:** ويقصد به كثرة المتدخلين في تنفيذ الركن المادي لجرائم الإعلام الجديد، مما يجعل تحديد المسؤولية الجزائية على أساس المسؤولية الشخصية أمر صعب، بحيث نجد أن كل من ناشر المعلومة أو الخبر وصاحب الصفحة إذاكان النشر على صفحة مستخدم آخر أو صديق كما هو عليه الحال في الفيسبوك أو التويتر، يضاف إليه إداري المجموعة في الفيسبوك مثل او إداري اليوتوب في حالة نشر فيديوهات أو تسجيلات، ومعهم صاحب الفيديو أو التسجيل إذا لم يكن التسجيل بناءا على أمر أو إذ نقضائي، وهوما يثير مشكلة تحديد الفاعل الأصلي، ويصعب تطبيق القواعدالعامة[1].

- **اللا أسمية (المجهولية) أو الاسم المستعار:** المقصود باللاسمية أو الكتابة بأسماء مستعارة، هو حرية المستخدم أو المواطن الصحفي في نشر مقالاته بدون ذكر اسمه الحقيقي ووضع اسم آخر بدلا منه، وقد ثار جدل حول إلزامية صدور المقال باسم صاحبه، فهنا كمن يرى أن للجمهور حق معرفة كاتب المقال، حتى يتسنى متابعته قانونا في حال أساء استعمال حقه في إبداء الرأي، وتتيح الشبكات الاجتماعية نشر الأخبار والمقالات وبصفة خاصة الحساسة منها بأسماء مستعارة لا يعرفها حتى إداري والمجموعات أو الوسائط[2].

وتوجد مجموعة من التشريعات القانونية المتعلقة بحماية حقوق الانسان في مجتمع المعلومات، ومن أهم هذه التشريعات وثائق مجلس أوروبا والتى منها[3]:

- الإتفاقية الاوروبية المتعلقة بالجرائم الإلكترونية بودابست2001

- البروتوكول الإضافي للإتفاقية الاوروبية المتعلقة بالجرائم الإلكترونية، والتى تتعلق بتجريم الافعال ذات الطبيعة العنصرية أو كراهية الأجانب والمرتكبة من خلال أنظمة الاعلام الآلي، سترا سبورج 2003.

- الإعلان بشأن حماية كرامة وأمن وخصوصية الأطفال على الانترنت 2008.

1-Bloss, William (2009) Transnational Cyber Crime: A Legal Analysis Of Digital Evidence Access "Paper Presented At The Annual Meeting Of The American Society Of Criminology, Toronto,P12.
2-Choi, Kyungshick(2006) An Empirical Assessment Of An Integrated Theory Of Cyber-Crime Victimization ".PaperPresented At The Annual Meeting Of The American Society Of Criminology, Los Angeles Convention Center, Los Angeles, P19.
3-Lerdtomornsakul, Unis (2010) The Problems Of Law Enforcement In Cyber Crime "Paper Presented At The Annual Meeting Of The Asc Annual Meeting , Philadelphia.Pp13-14.

- التوصيات التي أقرتها لجنة وزراء الدول الأعضاء في المجلس الاوروبي لحقوق الانسان، والتي تؤكد على تعزيز حرية التعبير والاعلام في البيئة الجديدة للإعلام والاتصال 2007.

- التوصية رقم R (2001) المتعلقة بتدابير حمايةحقوق المؤلف والحقوق المجاورة ومكافحتاا لقرصنة وخاصة فى البيئة الرقمية.

وعلى النقيض إذا نظرنا الى التشريع العربي لجرائم المعلوماتية فنجد أن مثل هذه التشريعات لاوجود لها في القوانين العربية، وإنما مجرد نصوص فرعية متفرقة في قوانين مختلفة مثل حماية سجلات الأحوال المدنية في قانون الأحوال المدنية، وكذا حماية بيانات الضمان الاجتماعي وعدم جواز استخدامه الأغراض أخرى كما هو في قانون الضمان الاجتماعي وهذه النصوص في مجملها لايمكن اعتبارها تشريعا خاصا، ولكن مع الاستخدام المتزايد لتقنية المعلومات في شتى مجالات الحياة وظهور المعلوماتية وتطبيقاتها المتعددة وماترتب على ذلك من ظهور تقنيات جديدة في ارتكاب الجريمة التقليديةك الاستيلاءعلى الأموال عن طريق الاحتيال المعلوماتي أو التهديد بالقتل أو اختراق شبكات المعلومات، جعل هذه القوانين أما مقصور بين في مواجهة تلك الجرائم.

ومن ثم نجحت بعض الدول العربية فى سن قوانين خاصة بالجرائم الإلكترونية ونذكر على سبيل المثال المملكةالعربية السعودية والإمارات العربيةالمتحدة والمغرب[1].

أما بالنسبة لمصر فقد تم إنشاء الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات والذى أسس بموجب قانون تنظيم الاتصالات رقم 10 لسنة 2003 ويهدف إلى تنظيم مرفق الاتصالات وتطوير ونشر جميع خدماته كما يضمن حماية الأمن القومي والمصالح العليا للدولة ويملك الجهاز منح التراخيص لإنشاء وتشغيل شبكات الاتصالات بما فيها شبكة الانترنت، ووفقاً للمادة 25 / 11من القانون يحدد الترخيص التزامات المرخصله وتشمل الالتزامات الخاصة بعدم المساس بالأمن القومي، وتقديم مايطلبه الجهاز من معلومات، وعليه فإن جهاز تنظيم الاتصالات يملك سلطة الرقابة على محتوى الانترنت، وهيرقابة عامة على كافة المعلومات

1 - محمود عياد (2014) الإعلام الجديد بين الحريات الفردية والمسؤوليات القانونية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014 ص ص 17،18.

وكافة المواقع، إلا أن تلك الرقابة محددة بهدف المحافظة على الأمن القومي والمصالح العليا للدولة والحفاظ على النظام العام والآداب العامة[1].

وقد استقر القضاء الإداري المصري على جواز إعمال الرقابة على شبكة الانترنت، منه احكمها بجلسة 12 مايو 2009 بحجب المواقع الإباحية على شبكة الانترنت نظراً لما تقوم به من نشر الرذيلة بين طوائف المجتمع المصري بالصوت والصورة بما يهدم كل العقائد الدينية والقيم الأخلاقية والآداب العامة ومن ثم كان لزاماً على جهة الإدارة اتخاذ كافة الوسائل للحجب هذه المواقع ولكن لم ينفذ هذا الحكم[2].

ومع إنتشار الحركات الإرهابية عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية والتى وجدت فيها بيئة خصبة لمزاولة أعمالها نظرا لضمان عنصر السرية، وامكانية التواصل مع قاعدة جماهيرية عريضة بسهولة ويسر، وانخفاض النفقات ويسر الاتصالات وتداول المعلومات، وإمكانية التعبئة وتجنيد إرهاب يين جدد، وسهولة التخطيط والتنسيق و الحصول على التمويل، كان هذا الانتشار سببا رئيسيا للتفكير فى إصدار قانون لمكافحة الإرهاب بمصر[3].

وبالفعل تم إستصدار قانون مكافحة الارهاب والذى نشر فى الجرائد الرسمية يوم الاحد الموافق 2015/8/16 بعد تصديق الرئيس عبدالفتاح السيسي عليه، حيث توجد في بعض مواده مادتان لمعاقبة من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعى وشبكة الانترنت عامة لأغراض إرهابية، ونصهما كما يلي[4]:

يعاقب بالسجن المشدد مدة لا تقل عن خمس سنين، كل من أنشأ أو استخدم موقعًا على شبكات الاتصالات أو شبكة المعلومات الدولية أو غيرها من وسائل الاتصال الحديثة، بغرض الترويج للأفكار أو المعتقدات الداعية إلى ارتكاب أعمال إرهابية، أو لبث ما يهدف إلى تضليل السلطات الأمنية.

1- قانون تنظيم الاتصالات، القانون رقم (10) لسنة 2003 الصادر فى 4 فبراير، متاح على:
www.tra.gov.eg/uploads/law/law.doc

2- طاهر شوقي مؤمن (2014) نحو إطار قانوني للإعلام عبر الانترنت، ورقة عمل مقدمة إلىا لمؤتمرالدولي الثاني "الإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص "، جامعة بسكرة، الجزائر، 25 – 26 نوفمبر 2014، ص 14.

3- إيمان عبدالرحيم السيد (2014) جدلية العلاقة بين الاعلام الجديد والممارسات الارهابية دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر " دورالإعلام العربي في التصدي لظاهرةا لارهاب"، 16-18 ديسمبر 2014، جامعة نايف للعلومالامنية - الرياض -المملكة العربيةالسعودية، ص ص 16 – 18.

4- جريدة الاهرام، النص الكامل لقانون الإرهاب، متاح على:
http://www.ahram.org.eg/newsq/423204.aspx

ويعاقب بالسجن المشدد مدة لا تقل عن عشر سنين، كل من دخل بغير حق أو بطريقة غير مشروعة موقعًا إلكترونيا تابعًا لأية جهة حكومية، بقصد الحصول على البيانات أو المعلومات الموجودة عليها أو الاطلاع عليها أو تغييرها أو محوها أو إتلافها أو تزوير محتواها الموجود بها، وذلك كله بغرض ارتكاب جريمة من الجرائم المشار إليها بالفقرة الأولى من هذه المادة أو الإعداد لها.

سابع عشر: قياس الرأى العام الإلكتروني:

وسيتم تناول هذه الحزئية من خلال التركيز على:

1- أدوات ومواقع لرصد وقياس اتجاهات الرأى العام الإلكتروني.

2- أهم المنظمات والمراكز الدولية التى تهتم بقياس الرأى العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية.

3- التسهيلات التى توفرها البيئة الإلكترونية لقياس الرأى العام الإلكتروني.

4- صعوبات عملية قياس الرأى العام الإلكتروني.

1- أدوات ومواقع لرصد وقياس اتجاهات الرأى العام الإلكتروني:

توجد مجموعة من الأدوات والمواقع التى من شأنها رصد ومراقبة وقياس الحضور الافتراضى للمستخدمين ورصد آرائهم المختلفة والميولات والتفاعلات على مختلف الشبكات الاجتماعية **ومنها:**

1- تنبيهات جوجل: Google Alerts تنبيهات جوجل هي تنبيهات لنتائج البحث في جوجل والشبكات الاجتماعية المختلفة، يتم إرسالها عبر الايميل الخاص بالمشترك (أو يمكنك الاشتراك في تغذيةRSS)، حيث يمكن للمستخدم أن يدخل كلمة البحث التي يريد البحث عنها، ثم يختار نوع البحث الذي يريد: أخبار، مدونات، شبكة الانترنت، فيديو، مجموعات أو أخرى، ثم يختار عدد المرات التي يريد فيها التحديثات(مرة كل يوم، مرة كل أسبوع وهكذا) ثم يحدد طول البريد الإلكتروني الذي سيصل(20 نتيجة أو 50 نتيجة

(ثم يحدد بأى وسيلة سوف تصل النتائج بالبريد الإلكتروني أم كتغذية RSS ، وفى النهاية يضغط المستخدم على اشتراك كى يصله كل ما تم نشره فى شبكة اجتماعية معينة من خلال كلمة مفتاحة معينة ولتكن على سبيل المثال الانتخابات البرلمانية.

2- Technorati:

تكنوراتي يعتبر من أهم المواقع لخدمة مراقبة المدونات، حالما يسجل المستخدم مدونته في Technorati، يقوم الموقع بتتبع أي مدونة تشير إلى تدوينات المستخدم المسجل كمرجع،و من أجل الأشتراك في خدمة التنبيهات، يتم البحث على اسم المدونة المطلوبة، ثم التسجيل في خدمة تغذية ال RSS الخاصة بها، فتصل الموضوعات عبر تغذية الــ RSS.

3- Addictomatic:

يمكن من خلال موقع Addictomatic من إنشاء صفحة تتبع تخص المشترك، من خلالها يمكن جمع المحتوى من جميع أنحاء شبكة الانترنت، بما في ذلك كل مواقع الشبكات الاجتماعية وجوجل، ياهو وغيره.

4- Social Mention:

من خلال Social Mentionيمكن اختيار أى منصة من منصات الشبكات الاجتماعية (مدونات – مواقع تواصل – مواقع مشاركة مقاطع صوتية وفيديوهات...ألخ) بمجرد إدخال الكلمة المفتاحية المراد البحث عنها يظهر كم كبير من الإحصائيات المتعلقة بالبحث، تتضمن هذه الإحصائيات الآراء بتصنيفاتها(إيجابي، سلبي، محايد)، الكلمات المفتاحية الأكثر بحثا، المستخدمين الأكثر نشاطا، ترتيبات التعليقات الاهم فالمهم Postrank كما يقدم الموقع خدمة تحليل الشبكات الاجتماعية.

5- HootSuit:

هو تطبيق لمراقبة الشبكات الاجتماعية يعمل مع عدة مواقع وهى: فيسبوك، تويتر، لينكد ان، فورسكوير، مايسبيس وووردبريس. يمكن من خلاله تتبع كل الصفحات أو التغريدات بمجرد إدخال كلمة البحث أو عنوان الحساب بصيغة (@ اسم الحساب

المطلوب) كما يمكن إنشاء علامة تبويب و إضافة أعمدة لتتبع كلمات مفتاحية معينة للتعرف على ما يقوله المستخدمون عن قضية معينة.

6- Web2express Monitorin:

يستخدم Web2express Digestأدوات برمجة لغوية عصبية ودلالات الألفاظ (مفتوحة المصدر) لتحليل ملايين المحادثات على تويتر و المدونات، فيكتشف أوتوماتيكيا الموضوعات الاكثر شعبية، ورغم أنه لا يتوفر على واجهة جميلة التصميم، إلا أنه سهل الاستخدام، فبمجرد الاشترك في الموقع، يمكن إدخال الكلمات المفتاحية المطلوب تتبعها ومن ثم الحصول على نتائج فورية.

7- Board Tracker:

يمكن من خلاله ان يبحث المستخدم بكلمات مفتاحية معينة فيحصل على النتائج عبر البريد الإلكتروني الشخصي بعد التسجيل فى الموقع، ويمتاز هذا الموقع بأنه يبحث فى الشبكات الاجتماعية والمنتديات ولوحات النقاش المختلفة.

8- Simply Measured (http://simplymeasured.com)

يمكن من خلاله الحصول على احصائيات الفيسبوك، تويتر، فاين، انستجرام، يوتيوب، تيمبلر، لينكد إن، جوجل+، كلاوت، حيث يتم الحصول على 3 تقارير مجانية كل 24 ساعة، ويمكن للمستخدم ان يحصل على حساب تجريبي مجاني لإستخدام المميزات الكاملة، ويمكن أختيار صيغة التقارير إما ببرنامج الإكسل أو أونلاين، او حتى بالباوربوينت.

9- Twtrland (http://twtrland.com)

هذه الأداة عبارة عن أداة مجانية تسمح للمستخدم بالحصول على أهم الإحصائيات التي تخص حسابه الشخصي على تويتر، فيسبوك، وانستجرام. حيث تعطي التفاصيل الكمية حول جمهوره، ومعدلات التفاعل عن طريق حساب عدد الريتويت (إعادة التغريدات) والردود على كل 100 تغريدة، كما تساعد على الاطلاع على احصائيات حساب أي شخص آخر مشترك على الشبكات الإجتماعية، ومن ثم يمكن أن يستخدمها الناشطون

السياسيون للتعرف على معدلات التفاعل على صفحاتهم الشخصية مع ما يطرحونه من آراء وتحليلات سياسية مختلفة.

10- SumAll – TwentyFeet (https://sumall.com/20ft)

وبإستخدام هذة الأداة يمكن التحقق من تفاعل المتابعين مع المنشورات الحديثة على تويتر، فيسبوك، جوجل+، انستجرام، يوتيوب وحتى إحصائيات جوجل أنالتكس. حيث يمكنك استخدامها لمعرفة المنشورات التى حصلت على أكثر مقدار من التفاعل في تويتر، جوجل+ والفيسبوك، ولمعرفة الصور التي جذبت تفاعل المستخدمين معها في الانستجرام، والفيديو الأكثر جاذبية في اليوتيوب، أى تهتم هذه الاداء بقياس التفاعلية مع المحتوى المنشور.

11- SocialBakers (http://www.socialbakers.com/)

تسمح الأداة بمتابعة احصائيات الشبكات الإجتماعية المختلفة: الفيسبوك، تويتر، جوجل +، لينكد إن واليوتيوب. حيث تساعد على معرفة ما يجذب المستخدمين، كما تعطي اقتراحات لزيادة تفاعل المستخدمين على الصفحة.

12- Trends (http://25trends.me)

وهى تعتبر أول أداه لتحليل الشبكات الاجتماعية باللغة العربية وتقديم تقارير الرصد والتحليل والإحصاءات المختلفة عن التفاعلية والتفضيلات والتعليقات الأكثر شعبية والهاشتاجات الأكثر إنتشارًا.

13- Crowd booste:

تقدم هذه الاداه إمكانية التعرف على إحصائيات تويتر وفيسبوك ومن ثم تحليل الشبكتين بدقة، يمكن الاشتراك المجانى فيها أو الدفع الإلكتروني فى حالة الترقية لإستخدام الاداه لأكثر من حساب يمكن الاستعلام عنه، يقدم التطبيق إحصائيات مختلفة منها عدد المعجبين الحاليين والتعليقات من وقت التسجيل في الأداة إلى تاريخ معين بعد التسجيل في الموقع، كما يمكن متابعة التحليل والإحصائيات بشكل أسبوعي – شهري أو سنوي، وتقدم الاداه إحصاءات أخرى متنوعة كما يرغب المستخدم.

14- nuzzle:

يمكن من خلال هذا الموقع متابعة المنشورات الحديثة لمن يتابعهم المستخدم موقعي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر، بينما يوفر موقع Newsle متابعة كل ما ينشره مَن تتابعهم على شبكات تواصل أخرى بالإضافة إلى فيسبوك وتويتر.

15-Social sensor:

يجمع هذا الموقع كل ما يهتم به مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وكذلك يقوم بتجميع الأخبار المنشورة على هذه المواقع وأهم التعليقات المتداولة، كما يقدم موقع Feedly أهم الأخبار فى كل المجالات عن طريق تجميع كل ما تنشره المجلات والصحف العالمية والشبكات الاجتماعية من أخبار وتقارير جديدة ويوفر الوقت والجهد في البحث عن أخبار في مجال ما أو عن قضية معينة ويشاركه فى ذلك موقع Prismatic.

16- Buzzsumo:

يقوم هذا موقع باكتشاف وتجميع الأخبار المتصدرة مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ولم يكتف الموقع بذلك فقط بل يقوم بتحليل اتجاهات الأخبار المنشورة ويقدم احصاءات بذلك.

17-360me:

يمكن من خلال هذا التطبيق من البحث عن نشاط أي شخص يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على أهتماماته.

18- Followerwonk:

يساعد هذا الموقع فى تحليل حسابات مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي تويتر وتغريداتهم بالإضافة إلى مقارنة نتائج التحليل مع حسابات مستخدمين آخرين ومشاركة خرائط تلك التحليلات ونشرها، ويمكن استخدام هذا الموقع للتعرف على الخصائص الديموجرافية ونمط الحياه (الاهتمامات والانشطة) لمستخدمى الشبكات الاجتماعية.

19- مواقع لعمل الاستبانات والاستقصاءات الإلكترونية لقياسات الرأى العام:توجد عدة مواقع تقدم خدمات تكوين نماذج الاستفتاءات واستبيانات إلكترونية لجمع البيانات بل وتحليلها والحصول على النتائج فى شكل رسوم بيانية، وذلك مثل موقع Kobotoolbox، وموقع poll وموقع estebyans، وموقع surveymonkey وgoogle docs.

20- واقع عرض النتائج بالرسوم البيانية والتوضيحية:كما توجد عدة مواقع تساعد الباحثين فى مجال قياسات الرأى العام من خلال تقديم خدمات عرض نتائج الدراسات والاستبانات من خلال الرسوم والنماذج التوضيحية والجداول والرسوم البيانية بإختلاف أنواعها وعلى سبيل المثال يمكن من خلال موقع silk.co من رسم المعلومات ووضعها في نماذج يسهل على القارئ فهمها والاطلاع عليها، بينما يتخصص موقع Chartblocks في رسم الموضوعات بطريقة الإنفوجرافيك وتوظيف البيانات في نماذج وخرائط ذهنية يسهل تذكرها وفهمها، كما يقدم موقعVisage خدمة تكوين جداول مختلفة الأشكال والأحجام للبيانات، كما يمكن موقع Datavisu من تحويل البيانات إلى صور ورسوم وجداول وخرائط وكذلك موقعى Infogram وPalladio.

21- أدوات متخصصة لشبكات معينة مونيتر: Monitter هو مراقب مباشر لتويتر فقط، يسمح لك بإدخال ثلاث كلمات مفتاحية و مراقبة ما يقال عنها، وموقع Twazzup بمجرد إدخال الكلمات المفتاحية سيقوم Twazzup بإنشاء لوحة لتتبع تلك الكلمة المفتاحية على تويتر، تقوم هذه اللوحة بتحليل وتصنيف الكلمة المفتاحية عبر شعبية الروابط، المساهمين، الأخبار، الوسوم (الهاشتاج) والمستخدمين، بما في ذلك الصور. و تظهر الأداة بعنوان "من قال ماذا" (من ذكر كلمة مفتاحية معينة في تغريداته)، عدد المرات التي قيل فيها شيء ما (عدد المرات التي ورد ذكر الكلمة المفتاحية) و درجة تأثير/شعبية الأشخاص الذين ذكروا الكلمة المفتاحية، ويشترك معه موقع تويت تانيل tweettunnel كمراقب أيضا لتويتر، وموقع Twitonomy، وFollower Wonk، وTweet Reach، وSocial Bro، وTopsy، وTwitter Counter، وFoller.me،وTweetLevel، وTweetstats، وBuffer، وTweet Deck وTwitalyzer.كما يوجد ادوات معينة لمراقبة موقع الفيس بوك وتحليله مثل FanPage Karma، و LikeAlyzer، و Wisemetrics و Wolfram – Alpha. ويوجد أيضا أدوات متخصصة فى تحليل ورصد البينتريست والإنستجرام مثل Piqora، وCuralate، و Tailwind App، وStatigr.am، وNitrogram.

أما موقع Shoork فهو يوفر خدمتين، الاولى Shoork Metrics وهي تريب الصفحات المشهورة على الفيس بوك حسب مجالها، واما الخدمة الثانية Shoork Analytics وهى توفر تحليل متكامل مجانى للصفحات المختلفة عبر الفيس بوك حيث تقيس مدى شعبية الصفحة وترتيببها، ومتباعة التعليقات بسهولة وفقا لخط زمنى وعدد المنشورات ومدى التفاعل مع الصفحة.

وكذلك موقع موقع Wolfram Alpha فهو يتيح تحليل دقيق لصفحات الفيس بوك فبمجرد الدخول عليه يمكن كتابة Facebook Report بمربع البحث للحصول على التحليلات لكل ما يتعلق بالصفحة من أخبار وصور وفيديوهات ويتم عرض النتائج فى رسوم بيانية ويمكن تحميلها على هيئة صورة أو ملفات Excel (وغيرها من الأشكال)

كما ظهرت بعض البرامج التى تسهل من عملية قياس الرأى العام الإلكتروني وتحليله، وفى هذا الصدد يستعرض الباحث برنامجين:

برنامج رصد الرأى العام الاكترونى IPOMS وهو برنامج طوره أكاديميون صينيون متخصصون فى البرمجة وعلوم الحاسب، بهدف رصد إتجاهات الرأى العام الإلكتروني نحو القضايا المختلفة عبر مواقع الانترنت التى تنتمى للجيل الاول للويب سواء مواقع إخبارية او منتديات نقاشية، فمن خلال إدخال الكلمات المفتاحية فى خانة البحث يستطيع المستخدم ان يحصل على اهم ما تم نشره عبر مختلف المواقع، وأيضا أهم التعليقات أو النقاشات المرتبطة بالقضية ويرتبط هذا البرنامج بالمواقع الاخبارية الانجليزية فقط[(1)].

أ- الكنز العربي للرأى العام El-Kanz.Com:

وهو تطبيق للبحث والتحليل اللغوى الذكى فى محتوى المواقع الاجتماعية والإخبارية العربية فقط، يمكن من خلاله تلخيص وتحليل اتجاهات الرأى العام بشأن القضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الجارية والمتداولة على المواقع الإجتماعية، ويمكن من خلال هذا التطبيق تلخيص أهم الأخبار وتحليل وتصنيف وتلخيص رأي الجمهور في المنتجات والخدمات التجارية والحكومية والمؤسسات والأشخاص، ومتابعة صفحات معينة

1- jie ding, jungang xu (2011) ipoms: an internet public opinion monitoring system , journal of information & systems management , vol 1. No 1 ,pp17-18.

على الفيسبوك أو تويتر، وتحليل وتصنيف وتلخيص التعليقات والتغريدات، فبمجرد إدخال الكلمات البحثية المفتاحية تظهر النتائج فى جداول وتكرارات ونسب مئوية، والموقع الرسمي لهذا البرنامج هو: http://el-kanz.com/

ب- برامج حديثة آخرى: بالإضافة الى ظهور برامج تتعامل مع البيانات الضخمة Big Data وتقوم بتحليل البيانات النوعية Qualitative Data Analysis كالبرامج التى تقوم بتحليل كلمات مفتاحية معينة وتقدم إحصاءات خاصة بها، وتتيح معرفة السياقات المتكررة فيها هذه الكلمات، وهذه البرامج مفيدة للغاية فى عمليات تحليل المضمون وتحليل الخطاب الإلكتروني عبر مواقع الشبكات الاجتماعية الشهيرة والتى من خلالها يسهل تحليل اتجاهات الرأى العام الإلكتروني نحو قضية بعينها، ومن أشهر هذه البرامج ATLAS، وبرنامج NVIVO، وأيضا برنامج QDA.

2- أهم المنظمات والمراكز الدولية التى تهتم بقياس الرأى العام الإلكتروني عبر الشبكات الاجتماعية:

أ- معهد بروكينجز Brookings: يعتبر هذا المعهد مؤسسة فكرية أمريكية قديمة يرجع تأسيسها لعام 1916 مقرها في واشنطن بالولايات المتحدة، يقوم بإجراء الأبحاث في مجال العلوم الاجتماعية، وفي المقام الأول الاقتصاد، والسياسة العامة والحكم الرشيد والديموقراطى، والسياسة الخارجية، والتنمية، وله فرع فى الدوحة بقطر أيضا، يهتم المعهد بتوظيف الشبكات الاجتماعية لإستطلاعات الرأى العام الإلكتروني تجاه القضايا السياسية الدولية والأمريكية فدائما ما يطرح الموقع تساؤلات ويتفاعل معها المعجبون بالصفحة، ولم يقتصر المعهد على استخدام الفيس بوك فحسب بل له صفحة على تويتر وقناه على اليوتيوب أيضا، وموقع المعهد على الويب www.brookings.edu/.

ب- جالوب لاستطلاعات الرأي: Gallup Poll تحصلت جالوب على مسماها من وراء اسم منشئها جورج جالوبوهو إحصائي أميركي، حيث أسس هذا المعهد الاميركي للرأي العام، في مدينة برنستون، بولاية نيوجيرسي، في عام 1935، وقد أتجه جالوب الان الى الشبكات الاجتماعية للتواصل مع مستخدميها ولتحليل إتجاهات الرأى العام الإلكتروني والواقعي معا، ولجالوب عدة صفحات على مواقع التواصل المختلفة مثل لينكد إن، فيس بوك، تويتر، يوتيوب،

كما يهتم جالوب بطرح نتائج الدراسات المتعلقة بالرأى العام على صفحته بالفيس بوك ويتفاعل معها المستخدمون ويعلقون على النتائج والتقارير والاحصاءات التى يرصدها بصفة مستمرة، وموقع جالوب على الويب www.gallup.com/

ج- مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية Center for Strategic and International Studies (CSIS): تأسس عام 1962 بواشنطن ويهتم هذا المركز بدراسات الأمن والشؤون الدولية، وتؤخذ تقاريره بعين الاعتبار في مجالات التجارة والتكنولوجيا والتمويل والطاقة، وقد لجأ المركز للشبكات الاجتماعية فله صفحات على الشبكات التالية، الفيس بوك وتويتر وفليكر ويوتيوب، وتهتم هذه الصفحات بربط نتائج الدراسات المنشورة على الموقع الإلكتروني للمركز بالتعليقات التى ينشرها على الشبكات الاجتماعية ويطلب تفاعل المستخدم معا للتعرف على آرائهم الإلكترونية وتعليقاتهم بصدد هذه البحوث، وموقع المركز على الويب http://csis.org/

د- مركز بيو Pew Research Center: وهو من مراكز البحثية التى تهتم ببحوث الرأى العام وإستطلاع اتجاهات الشعوب نحو مختلف القضايا المجتمعية والسياسية والاقتصادية، تأسس عام 2004 بواشنطن، ويهتم المركز بنشر نتائج ابحاثه عبر مجموعة من الشبكات الاجتماعية مثل جوجل بلس، ثمبلر، تويتر، فيس بوك، يوتيوب، وموقع المركز على الويب www.pewresearch.org/

هـ - معهد كاتو Cato: أسسه تشارلز كوتش عام 1974 بواشنطن، يهتم بالدراسات الاقتصادية والسلام والحريات، وتستشهد وسائل الاعلام بنتائج دراساته، وينشر المعهد نتائج الدراسات والاستطلاعات على صفحته بالفيس بوك وتويتر وعلى مدونته الخاصة، ويهتم المستخدمون بالتعليق ومشاركة هذه النتائج فيما بينهم، وموفع المعهد على الويب www.cato.org/

و- مركز وودرو ويلسون الدولي للباحثين Wilson Center: تأسس عام 1968 وسمى نسبة الى أول رئيس أمريكي الحاصل على شهادة الدكتوراه وودرو ويلسون، عمل المركز على 9 برامج منها برنامج الشرق الأوسط الذي بدأ في عام 1998، ويطرح الموقع على صفحات الشبكات الاجتماعية أهم الاخبار الدولية ونتائج الدراسات وله عده صفحات فى مختلف الشبكات مثل فيس بوك وتويتر ولينكد إن ويوتيوب، وموقع المركز على الويب https://wilsoncenter.org

ز- مؤسسة راند Research ANd Development (RAND): تأسست عام 1946 كمشروع مموّل من سلاح القوات الجوية الأمريكية، وتهتم المؤسسة بعمل بحوث وتقارير عن سياسات الشرق الاوسط والعالم أجمع، وتنشر المؤسسة نتائج الدراسات والاخبار على عدة شبكات إجتماعية مثل جوجل بلس، فيس بوك، تويتر، يوتيوب وموقع المؤسسة على الويب www.rand.org/

ح- المعهد العربي الامريكي Arab American Institute:

أسسه جيمس زغبيفي 1985، ويعمل المعهد في توضيح مساهمة العرب الأمريكيينفي سياسة وأبحاث الحكومة الامريكية، ويهتم المعهد بإجراء استطلاعات الرأى العام لمختلف القضايا التى تخص منطقة الشرق الأوسط، وللمعهد صفحة على الفيس بوك ينشر عليها إستطلاعات رأى وأخبار وما يقوم به المعهد من أحداث خاصة، وموقعه

http://www.aaiusa.org

3- التسهيلات التى توفرها البيئة الإلكترونية لقياس الرأى العام الإلكتروني:

وتوفر البيئة الإلكترونية عدة تسهيلات لقياس الرأى العام الإلكتروني منها(*):

أ- تمتلك وسائل التعبير عن الرأي العام الإلكتروني خاصية لا تتوفر فى مثيلها بالواقع الحقيقي ألا وهي خاصية "الطابع الزمني" أو "Time Stamp" وقيمة هذا الطابع الزمني أنه يمكنني بدرجة دقة عالية من متابعة تولد الآراء المختلفة، كما أنه يمكنني من الرصد الدقيق لتحولات الرأي العام الإلكتروني وتحديد تأثير عنصر الزمن على الظاهرة موضوع الدراسة.

ب- كما توفر البيئة الإلكترونية ميزة آخرى فى قياس الرأى العام الإلكتروني وهى الدمج المذهل والتزامن الدقيق بين الرأي العام الإلكتروني وبين مصادر تشكله، فميزة الروابط التشعبية Hyper Linking وميزة التخزين طويل المدى اللذان يعتبران القيمة الأكبر للإنترنت تمكنان المستخدم من استدعاء أي نوع من المحتوى ووضعه في سياقه النقاشي، سواء كان هذا المحتوى نص أو صوت أو صورة أو فيديو أو حتى تاريخ نقاشي.

ج- تتيح البيئة الافتراضية تعدد القوالب الشكلية لمضمون مواد الرأى الإلكتروني المراد تحليلها والتعرف على اتجاهاتها، حيث يتوافر بها العديد من الوسائط الاعلامية والتى قد تكون مقطع صوتى او صورة او فيديو أو نص أو دمج بين كل ماسبق من مختلف منصات وسائط التعبير عن الرأي العام الإلكتروني.

---

*- تم الرجوع فى هذه الجزئية الى:

- وسام فؤاد (2012) هل تصبح دراسات الرأي العام الافتراضي البديل الأنسب؟، متاح على:http://hot-internet.blogspot.com/2012/08/blog-post.html

- juliane urban , kristin bulkow (2013) tracing public opinion online – an example of use for social network analysis in communication research , applications of social network analysis conference ,vol 100, pp 108–110.

- Bae, soo young., kwak, nojin. And campbell, scott. (2010) "discussing politics online: the interactive relationship between offline political talk and online political discussion" paper presented at the annual meeting of the international communication association, suntec singapore international convention & exhibition centre, singapore, p6.

- Frank rusciano (2009) measuring world opinion using international surveys: three perspectives , paper is prepared for the annual meeting of the international studies association, new york ,p5.

- Julianna Pacheco (2012) Using National Surveys to Measure Dynamic U.S. State Public Opinion: A Guideline for Scholars and an Application ,State Politics & Policy Quarterly ,Vol. 11, No. 4, pp415-416.

- Edith Manosevitch & Dana Walker (2015) Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation , Paper prepared for presentation at the 10th International Symposium on Online Journalism, Austin , texas.p7.

د- أمكانية قياس السمات الشخصية والديموجرافية للمبحوث من خلال صفحاتهم الخاصة الا ان هذه الميزة لا يمكن التعويل عليها نظرا لعدة عوامل منها تجهيل بعض المستخدمين لحقيقتهم من خلال استخدام حسابات وهمية بسمات ديموجرافية غير صحيحة، وأيضا اعتماد بعض المستخدمين على تشديد إعدادات الخصوصية لصفحاتهم الشخصية مما يصعب من عملية جمع البيانات الشخصية والتعرف على اتجاهاتهم.

هـ - انخفاض تكلفة الاستطلاعات الإلكترونية مقارنة بالاستطلاعات الواقعية: لو نظرنا لاعتبار التكلفة لوجدنا أن دراسة الرأي العام تحتاج إلى إعداد استمارة مبدئية، ثم اللجوء لخبراء لتحكيمها، ثم اختبارها في دراسة استطلاعية، ثم العودة بها للخبراء بعد الدراسة الاستطلاعية لتحليل عيوبها، ثم تعديل هذه الاستمارة، ثم طباعتها، وتأتي بعد ذلك أصعب المراحل التي تتمثل في الحصول على عينة ممثلة للمجتمع البحثي، وتأتي من خلال الأجهزة المتخصصة أو منخلال اللجوء لأقرب بديل كافي يغني عن الوصول لعينة حقيقية تناسب أغراض البحث، سواء كانت عينة عشوائية أو طبقية أو غيرها من أنواع العينات التي يلائم كل منها طبيعة السؤال البحثي الذي على الاستمارة وتطبيقها أن يجيبا عليه. وبعد ذلك على الباحث استئجار باحثين مساعدين للوصول بالاستمارة إلى المبحوثين، أو الاتصال بالمبحوثين للحصول على إجاباتهم على أسئلتها، ثم تكويد هذه الاستمارات، ثم تحليلها؛ وهو الإجراء الذي يحتاج لنسخة كاملة من تطبيقات تحليلية متخصصة في فحص وتحليل معطيات العلوم الاجتماعية، وأخيرا تأتي عملية كتابة التقرير النهائي، هذا بالطبع مع افتراض تجاوز عقبة موافقة الجهات المسؤولة عن مراقبة عملية جمع المعلومات من الجماهير.

من ثم تقف التكلفة حائلا دون اتساع نطاق دراسات الرأي العام. وفي هذا السياق، تقف دراسات الرأي العام الإلكتروني كبديل واعد يغني المؤسسات البحثية عن اللجوء لقطاع كبير من هذه السلسلة الطويلة من الإجراءات المكلفة.

فالمجتمع البحثي – في الواقع الافتراضي - متاح ومصنف بصورة أولية، بما يساعد على إجراء الدراسة الاستطلاعية. وتعتبر عملية جمع البيانات الافتراضية عملية صعبة وتحتاج إلى تجاوز عقبة قانونية مهمة تسمى عقبة احتمال انتهاك الخصوصية، ولكن الميزة الأساسية لفهرسة وتصنيف المجتمع البحثي الافتراضي هنا أنها وسيلة لتجاوز الحسابات الشخصية والوصول إلى المجال العام الافتراضي، حيث لا مجال لوجود خصوصية تطغى على المحتوى الذي ينتجه أعضاء الشبكات الاجتماعية.

كل ما على الباحث في هذا الصدد أن يقوم بعملية اعداد بسيطة من خلال بناء مرصد يجمع هذا التصنيف الأولي، وأن يحدد بدقة صيغة الأسئلة التي يحتاج الإجابة عليها، ثم يحدد فئات الرصد التي تحقق هدفه من الدراسة ثم يشرع في العمل الفني البحثي.

و- صدقية التعبير عن المجتمع البحثي: من الظواهر بالغة الأهمية التي تطعن في نتيجة دراسات "الرأي العام الحقيقي" أن الباحث المسؤول عن المشروع البحثي يكون إشرافه على سير الإجراءات في مرحلة جمع البيانات إشرافا صوريا. فهو لا يمكنه توثيق مساحة لقاء الباحث المساعد مع المبحوث، ولا يمكنه التأكد يقينا من أن الباحث المساعد قد التقى أفراد العينة المعبرة عن المجتمع البحثي المستهدف، ولا يمكنه الجزم بان الباحث التقى مبحوثين فعلا أو أنه قام بتسويد الاستمارات بنفسه. ويزداد الأمر سوءا في حال كون الاستمارة تخلو من البيانات الشخصية للمبحوث، وهو الأمر الغالب في دراسات الرأي العام "الحقيقي".

أما فى سياق دراسات الرأي العام الإلكتروني فالعلاقة وثيقة بين الباحث الرئيسي وبين المجتمع البحثي، حتى مع وجود باحث مساعد، فإن قواعد البيانات الخاصة تجعله قادرا على متابعة خصائص المجتمع البحثي بصورة فردية أو بصورة كلية جماعية، وهو ما يجعل البحث أكثر دقة في التعبير عن الرأي العام.

والأكثر إفادة في هذا الصدد أن الباحث يكون قادرا على التمييز بين المصادر المحتملة لإنتاج دراسة متحيزة، فأى منصة ألكترونية تتبنى تيار سياسي معين يمكن إكتشافها بسهولة عبر عنوانها او تعليقات افرادها، ومن ثم يمكن تمثيل كافة التوجهات السياسية بسهولة وتلاشى عملية التحيز لتوجه معين.

4- صعوبات عملية قياس الرأى العام الإلكتروني:

وتشير الدراسات(*) الى ان هناك عدة صعوبات فى عملية قياس الرأى العام الاكترونى:

1- صعوبة تمثيل المجتمع: يقتصر إبداء الرأى الإلكتروني على من له القدرة على إمتلاك التكنولوجيا والتعامل معها، ومن ثم من الصعوبة تعميم نتائج قياسات الراى العام الاكترونى على المجتمع الواقعى نظرا لعدم تضمين كافة فئات المجتمع فى عملية التفاعل والتعبير عن الرأى الإلكتروني، فبعض الفئات لا تتمتع بالعلم الكاف للتعامل مع التكنولوجيا الاتصالية عبر الانترنت، وبعض المجتمعات لاتتوافر لديها ساحات التعبير عن الرأى نتيجة لحجب بعض مواقع الشبكات الاجتماعية.

2- ظهور جماعات الضغط واللجان الإلكترونية: وهى من العوامل التى تجعل نتائج قياس الرأى العام الاكترونى متحيزة لصالح رأى او حزب او قضية معينة، فقد يستغل بعض الساسة الشبكات الاجتماعية والفضاءات الافتراضية فى تحشيد وترويج رأى معين عبر جهاز وآله تعبئة إفتراضية مكونة من لجان ألكترونية هدفها توجيه الرأى وإبراز وبلورة وجهة نظر واحدة ومن ثم تأتى نتائج القياس غير معبرة عن واقع الرأى الحقيقي للمستخدمين.

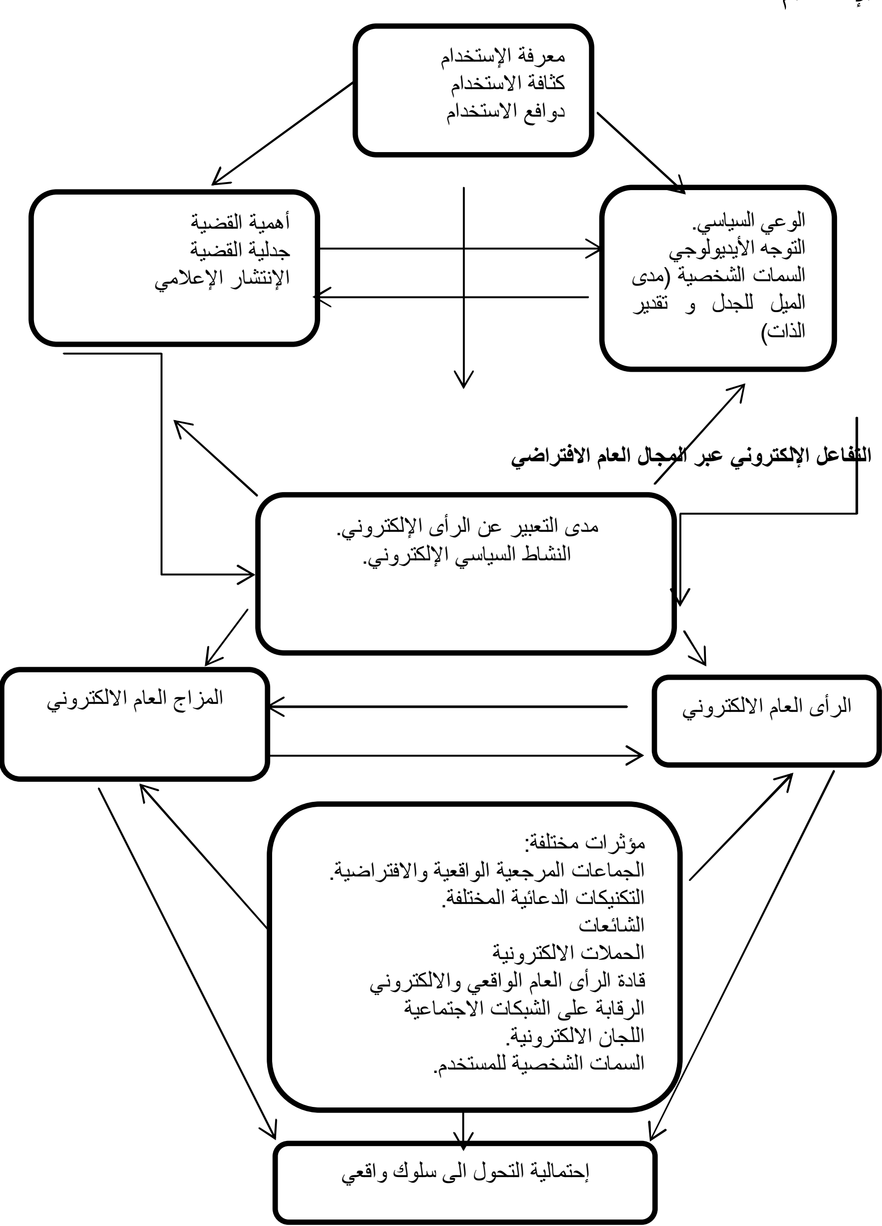
3- صعوبة الوصول للبيانات الشخصية الصحيحة: فبعض المستخدمين يقومون بتدشين حسابات شخصية مزيفة بأسماء وصفات غير حقيقية ومن ثم يصعب التعرف على الهويات الحقيقية للمبحوثين فى الفضاء الافتراضي.

---

*- الدراسات هى:

- Schroeder, ralph & cowls, josh (2014) ‘big data, ethics, and the social implications of knowledge production.’ paper presented at data ethics workshop,new york, pp 14-15.
- Cowls, josh (2014) ‘the crowd in the cloud? Three challenges for gauging public opinion online.’ paper presented at: crowdsourcing for politics and policy, the internet, politics and policy conference, oxford, uk. Online: http://ipp.oii.ox.ac.uk/sites/ipp/files/documents/cowls%2520ipp%2520final%2520v.pdf
- Kevin j. Mullinix (2011) lingering debates and innovative advances:the state of public opinion research, the policy studies journal, vol. 39, no. S1,p63.
- Natalie Henrich & Bev Holmes (2013) Web news readers’ comments: Towards developing a methodology for using on-line comments in social inquiry ,Journal of Media and Communication Studies Vol. 5(1), pp. 1-4.
- Edith Manosevitch & Dana Walker (2015) Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation , Paper prepared for presentation at the 10th International Symposium on Online Journalism, Austin , texas.p7.

ثامن عشر: النموذج العلمي المفسر لعملية تشكيل الرأى العام الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيه:



شكل (16) نموذج علمى بعنوان(عملية تشكيل الرأى العام الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيها)

مما أسفرت عنه نتائج الدراسة التطبيقية التى أجراها المؤلف عام 2017 [1]، تمكن المؤلف من صياغة نموذج علمى تحت عنوان "**نموذج عملية تشكيل الرأى العام الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيها**" والرسم السابق يوضح مكونات النموذج وعلاقات التأثير والتأثر بينها:

شرح مكونات النموذج:

1- متغيرات الإستخدام:

ويقصد بالاستخدام هنا استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتقبلها كوسيلة تكنولوجية حديثة Technology Acceptance،**وتشمل متغيرات الاستخدام ما يلى:**

أ- معرفة الاستخدام: أى التعرف على طريقة استخدام هذه المواقع ويشمل ذلك (مدى ادراك المستخدم ليسر الاستخدام Ease of use – الاستخدام الفعلى للموقع من خلال تفعيل حساب للمستخدم عبره Actual use – المنفعة المدركة جراء الاستخدام Perceived usefulness).

ب- كثافة الاستخدام: أى معدل الاستخدام الدورى لهذه الشبكات، والذي قد يكون بكثافة مرتفعة بصفة يومية على مدار الساعة أو كثافة متوسطة او كثافة منخفضة.

ج- دوافع الاستخدام: أى مسببات الإستخدام بهذه الشبكات وقد تكون دوافع تواصلية (لأغراض التواصل الاجتماعى) أو دوافع نفعية وظيفية (لأغراض العمل والدراسة) أو دوافع طقوسية Ritualized Motives (كتمضية الوقت والترفيه) أو دوافع سياسية (كالتعرف على الأخبار – وإبداء الرأى السياسي – والنقد – الحشد والتعبئة..).

ومن الجدير بالذكر أن إنتفاء هذا المتغير من الأساس يترتب عليه إنهيار العملية من بدايتها، فغياب استخدام الشبكات الاجتماعية أو أى مجال عام إفتراضي آخر يستتبعه غياب الرأى العام الإلكتروني.

1- محمد مصطفى رفعت محرم (2017) اتجاهات الرأى العام الالكتروني لمستخدمى الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان.

2- متغيرات المستخدم: وتتضمن هذه المتغيرات ما يلي:

أ- الوعي السياسي: ويقصد به مدى الاهتمام بالشأن العام وتوافر المعرفة بالأحداث السياسية المختلفة.

ب- التوجه الأيديولوجي: ويشمل الانتماء الفكرى للمستخدم وإعتناقه لتيار او معتقد سياسي معين، وكذلك الانتماء الحزبي له، وقد لا يكون للمستخدم توجه معين بالتالى يصبح مستخدم غير مأدلج ولا ينتمى لحزب أو تيار محدد.

ج- السمات الشخصية: وتشمل مدى ميل المستخدم للجدل ودخوله فى نقاشات مع غيره من المستخدمين – وكذلك مدى تقديره لذاته Self esteem.

3- متغيرات متعلقة بالقضية: وتتضمن ما يلي:

أ- أهمية القضية: مدى أهميتها بالنسبة للمستخدمين أو لقطاع منهم (كالشباب أو المرأة مثلا).

ب- جدلية القضية: أى تحمل القضية لأكثر من رأى بين مؤيد ومعارض ومحايد.

ج- الإنتشار الإعلامى للقضية: أى التغطيات الإعلامية المختلفة سواء بوسائل الاعلام التقليدى أو الحديث مما يسهم فى نشر القضية لتصبح قضية مألوفة للجميع.

ومن الجدير بالذكر ان العلاقة بين المستخدم والقضية علاقة تأثير وتأثر فالمستخدم يسهم فى نشر القضية وتوعية الاخرين بها، وعلى الجانب الاخر أهمية القضية وجدليتها ومدى إنتشارها الاعلامى كل ذلك يدفع المستخدم لتبنى رأى معين تجاهها طالما انها تمس أهتمامه.

4- متغيرات التفاعل الإلكتروني عبر المجال العام الإفتراضي:

حيث تعتبر العملية التفاعلية داخل نطاق المجالات العامة الإفتراضية عصب توليد الرأى العام الإلكتروني وهى عملية ديناميكية متغيرة تحتاج لواقع افتراضي قد يكون موقع لشبكة اجتماعية أو منتدى أو غرفة دردشة أو مدونة أو موقع تشارك فيديوهات ووسائط متعددة،**ويتضمن التفاعل الإلكتروني ما يلي:**

أ- مدى التعبير عن الرأى الإلكتروني: ويعتبر هذا المتغير هو حجر الزاوية الرئيسي فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني حيث يعتمد الرأى العام الإلكتروني على محصلة الآراء المعلنة عبر الشبكات الاجتماعية، بالتالى فيعتبر متغير التعبير عن الرأى عامل رئيسي فى تشكيل الرأى العام الإلكتروني وقد يكون معدل التعبير مرتفع أو متوسط اومنخفض.

ب- النشاط السياسي الإلكتروني Cyberactivism: وهو معدل الانغماس والتفاعل السياسي الإلكتروني مع الأحداث، ويأخذ أشكال مختلفة مثل (كتابة تعليق أو الإعجاب بمنشور أو مشاركة منشورات، او تدشين صفحات أو مجموعات سياسية أو وسوم، أو حجب المختلفين فى الرأى – أو التدوين السياسي- أو البث المرئي لمضامين سياسية- أو إطلاق النكات والصفحات السياسية الساخرة).

ومن الجدير بالذكر ان توافر الأركان السابقة (الإستخدام – المستخدم – القضية – التفاعل الإلكتروني) ينتج عنه الرأى العام الإلكتروني والمزاج العام الإلكتروني، والعلاقة بين الرأى والمزاج العام الإلكتروني علاقة تأثير وتأثر فكل طرف يؤثر ويتأثر بالآخر (وهذا ما اثبتته الدراسة فى نتائجها).

ويتأثر الرأى والمزاج العام الإلكتروني بعوامل مختلفة مثل:

- اللجان الإلكترونية وجماعات الضغط الإلكترونية.

- الشائعات والأكاذيب.

- التكنيكات الدعائية المختلفة التى يمارسها الإعلام التقليدي أو الحديث (إجتزاء الحقائق – التشويه – فرض الرأى كأنه حقيقة – التهويل والتضخيم – التبسيط – الإلهاء – إطلاق الشعارات....).

- قادة الرأى العام سواء فى الواقع او قادة الرأى العام الإلكتروني على ساحات الشبكات الاجتماعية ممن لهم تأثير على غيرهم من المستخدمين.

- الجماعات المرجعية للمستخدم سواء من محيطه الواقعي أو الإلكتروني ممن لهم تأثير على رأيه الإلكتروني.

- الحملات الإلكترونية مثل حملات مناصرة قضايا معينة أو الحملات الانتخابية الإلكترونية.

- الرقابة على الشبكات الاجتماعية والتى تأثر على آراء البعض لتفادى المسائلة القانونية.

- السمات الشخصية للمستخدم كمدى ميله للجدل وتقديره لذاته وأيضا إنتمائه السياسي.

وقد ينتج عن الرأى والمزاج العام الإلكتروني وكذلك المؤثرات السابقة إحتمالية حدوث سلوك فعلى نحو القضية محور الرأى، وبالنسبة لمجتمعنا المصري، فقد شهدنا ذلك قبيل حدوث ثورة 25 يناير حينما تحول الرأى العام الإلكتروني الساخط، والمزاج العام السئ عبر شبكات التواصل الاجتماعي الى تظاهرات فعلية على أرض الواقع، وأيضا بالنسبة لثورة 30 يونيو فقد بدأت دعوات حملة تمرد عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ثم تحولت الى حملة واقعية ترجمت الى ثورة فعلية ضد نظام الرئيس الأسبق محمد مرسي.

المحتويات

د. محمد مصطفى رفعــت

- دكتوراه فى الإعلام جامعة القاهرة.
- مدرس في قسم العلاقات العامة والإعلان – كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

المؤهلات العلمية:

- بكالوريوس إعلام- جامعة القاهرة بتقدير عام إمتياز مع مرتبة الشرف- 2008.
- ماجستير إعلام– جامعة القاهرة – قسم العلاقــات العامــة والإعلان، بتقدير ممتاز-عن رسالة بعنوان "اعتماد الشباب المصرى علي المواقع الإسلامية العربية دراسة مسحية وكيفية"- 2013.
- دكتوراه فى الإعلام – جامعة القاهرة – قسم العلاقات العامةوالإعلان، بمرتبة الشرف الأولى مع التوصية بتبادل الرسالة مع الجامعات المصرية والعربية. عن رسالة بعنوان "اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر دراسة تطبيقية لما بعد 30 يونيو"- 2017.

الخبرات العمليه:

- مدرس في قسم قسم العلاقات العامة والإعلان– كلية الإعلام – جامعة القاهرة.
- مدير وحدة إدارة الأزمات والكوارث بكلية الإعلام جامعة القاهرة (2018).
- مدرب فى وكالة أنباء الشرق الأوسط بالقاهرة (2018).
- الإنتداب للتدريس والتدريب فى عدة جامعات مختلفة.
- سكرتير تحرير المجلة المصرية لبحوث الرأى العام 2018 (دورية علمية محكمة).
- عضو مجلس إدارة بوكالة كلية الإعلام لتصميم وتنفيذ الحملات التسويقية والإعلامية
- منسق مساعد لمحور إدارة الجودة والتطوير المستمر أحد معايير إدارة الجودة وضمان الاعتماد الاكاديمي (2012- حتى الان).
- منسق مساعد فى برنامج الماجستير فى الإعلام بالتعلم الإلكتروني(2013حتى الان).
- محرر نشرات إخبارية فى وكالة الأخبار العربية ANA (سابقا).
- باحث في شركة بارك للبحوث والدراسات التسويقية فى مجال دراسات السوق وتقييم جودة المنتجات، وتحليل المضمون للحملات الإعلانية (سابقا).

التواصل: **refaat.mc@gmail**